

38  
2EJ.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO  
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLASTICAS**

**EL CARTEL  
POPULAR Y  
LOS MEDIOS DE  
COMUNICACION  
EN LA LUCHA  
LIBRE MEXICANA**

**LIC. EN COMUNICACION GRAFICA PRESENTA MARIA OLGA ZAMORA MIGUEL**  
**TESIS QUE PARA OBTENER EL TITULO DE**

**MEXICO, D.F.  
1995**



**DEPTO. DE ASESORIA  
PARA LA TITULACION  
ESCUELA NACIONAL  
DE ARTES PLASTICAS  
XOCHIMILCO D.F.**

**FALLA DE ORIGEN**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# INDICE

INTRODUCCION .....	3
<b>CAPITULO 1</b> ORIGEN DE LA LUCHA LIBRE .....	5
GRECIA .....	5
ROMA .....	5
EGIPTO .....	6
EL MEDIO ORIENTE .....	6
MEXICO PREHISPANICO .....	7
EUROPA .....	8
<b>CAPITULO 2</b> LA LUCHA LIBRE EN MEXICO .....	10
LA LUCHA LIBRE ANTIGUA .....	10
LA IMPLANTACION DE LA LUCHA LIBRE PROFESIONAL .....	11
<b>CAPITULO 3</b> LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN LA LUCHA LIBRE .....	14
TELEVISION .....	14
CINE .....	19
PRENSA .....	22
RADIO .....	23
<b>CAPITULO 4</b> EL RECURSO DEL ARTE POPULAR Y LAS DIVERSAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN LA LUCHA LIBRE .....	25
LA LUCHA LIBRE EN EL ARTE .....	25
EL LENGUAJE POPULAR-ARTE URBANO .....	25
LA HISTORIETA DE LUCHADORES .....	26
EL MATERIAL LUCHISTICO-PRODUCTO DE MERCADO .....	28
EL GRAN NEGOCIO - LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS .....	30

<b>CAPITULO 5</b>	<b>CAMPO DE TRABAJO EN EL MEDIO EDITORIAL .....</b>	<b>31</b>
	EL AMBIENTE LUCHISTICO Y SU LENGUAJE ESCENICO.....	31
	EL FENOMENO SOCIAL- ENCUESTAS Y ENTREVISTAS .....	33
	PERFIL DE LA TRIPLE A.....	39
	ENTREVISTAS A MASCARA AÑO 2000 Y OCTAGON .....	41
<b>CAPITULO 6</b>	<b>EL CARTEL EN LA LUCHA LIBRE MEXICANA .....</b>	<b>44</b>
	DEFINICION DE CARTEL.....	44
	CARACTERISTICAS GENERALES.....	44
	ORIGEN DEL CARTEL.....	44
	EL CARTEL POPULAR MEXICANO .....	47
	CARTELES LUCHISTICOS .....	49
	ESTRUCTURA FISICA.....	50
	ESTRUCTURA VISUAL .....	53
	VENTAJAS DEL CARTEL LUCHISTICO .....	56
	PROYECTO DE UN NUEVO CARTEL LUCHISTICO PARA LA EMPRESA " ASISTENCIA, ASESORIA Y ADMINISTRACION, S.A. DE C.V. " .....	57
	IMAGEN GRAFICA Y LOGOTIPO DE EMPRESA .....	57
	INVESTIGACION DE DATOS REFERIDOS A LA EMPRESA .....	57
	JUSTIFICACION GRAFICA DEL CARTEL .....	59
	INVESTIGACION DE ELEMENTOS GRAFICOS REFERIDOS AL EVENTO .....	62
	BOCETOS PRELIMINARES .....	66
	PROYECTO FINAL-DUMMY ORIGINAL .....	71
	<b>PARTICIPACION COLECTIVA EN LA EXPOSICION "LA LUCHA LIBRE LA HACEMOS TODOS"</b> MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES- COYOACAN .....	<b>72</b>
	<b>PARTICIPACION COLECTIVA EN LA EXPOSICION "RUDOS VS TECNOCRATAS"</b> MUSEO DE LA CARICATURA Y LA SOCIEDAD MEXICANA DE CARICATURISTAS. DONCELES — CENTRO HISTÓRICO .....	<b>73</b>
	<b>CONCLUSION .....</b>	<b>74</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>76</b>
	<b>HEMEROGRAFIA .....</b>	<b>77</b>
	<b>AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>79</b>

## INTRODUCCION

La lucha libre tiene un largo y honorable historial con una tradición cultural y deportiva que data desde hace muchos siglos.

Ha estado presente en diversas culturas, su utilidad se convirtió en hábitos que dieron origen a los juegos deportivos, mismos que durante un largo periodo tuvieron un carácter totalmente diferente ya que estuvieron estrechamente ligados a las ceremonias funerarias y religiosas.

Más tarde pasó a formar parte de las actividades bélicas y en algunas otras culturas se constituyó en un evento lúdico o recreativo de esa forma, el origen de la lucha se manifestó en Grecia, Roma, Egipto, El

Medio Oriente, el México Prehispánico y Europa.

La lucha se convirtió posteriormente en un medio de adiestramiento y aprendizaje como conocimiento empírico de toda guerra, que por ser fuerza y acción por si misma, ha diferido su capacidad destructiva, para ser solamente sistema de adiestramiento, preparación y condición física.

A finales del siglo XIX, cuando la lucha libre antigua fue introducida en México por los franceses, surgieron los primeros atletas nacionales del pancraccio que motivaron y dejaron gran arraigo a todos aquellos luchadores que se convirtieron años después en verdaderas leyendas-pioneros de la

lucha libre profesional.

Actualmente, la lucha libre Mexicana se caracteriza por ser un fenómeno social y cultural de las masas populares. Por lo tanto, ha trascendido y ha cobrado gran influencia por los medios masivos de comunicación tales como la televisión, cine, radio, prensa - periódicos, revistas - el arte popular urbano, la historia; todos ellos han tenido un profundo alcance penetrando hasta en los lugares más recónditos de la sociedad y su conciencia.

Sin embargo, existe otra importantísimo medio masivo de comunicación y es el CARTEL luchístico que contribuye a la difusión de mensajes visuales y activa

como intermediario de una empresa, la cual organiza y prepara un programa acorde a su elenco de luchadores desde los preliminares hasta los más estelares que el público aficionado solicita y apoya manteniéndolos en el "gusto popular" de México.

A principios de la década de los noventas, la lucha libre Mexicana atraviesa por una etapa similar como ocurrió hace cuarenta años o quizás aún con mayor arraigo popular debido a los grandes avances de la comunicación vía satélite y ésta situación ha contribuido en el surgi-

miento e influjo de diversas campañas publicitarias que aprovechan y vislumbran el panorama de la lucha libre y que bajo el Tratado de Libre Comercio, se perfilan las enormes empresas que son verdaderos consorcios de competencia a nivel mundial.

El 7 de mayo de 1992, surge una empresa conocida como Triple A, es decir, "Asistencia, Asesoría y Administración S.A. de C.V." la cual viene a convertir un nuevo concepto en la lucha libre profesional en México.

Por lo tanto, el concepto gráfico también está presente y debe per-

manecer vigente en la comunicación visual del mundo contemporáneo.

En ésta Tesis profesional he desarrollado un proyecto gráfico en el diseño de cartel luchístico exclusivo para la empresa antes mencionada, cumpliendo con todas sus características que la definen como una organización sólida y una jerarquía bien estructurada - según mis propios estudios de investigación.

De ésta manera, el cartel de lucha libre para la empresa Triple A, marca una nueva etapa en la historia de la lucha libre profesional en nuestro país, México.

# CAPITULO 1 ORIGEN DE LA LUCHA LIBRE

## GRECIA

La lucha fue, probablemente introducida en Grecia y se remonta al siglo VIII antes de J.C. figurando en el Pentatlón junto con la carrera, el salto de longitud, el lanzamiento de disco y jabalina.

Los griegos edificaron centros sagrados donde adoraban a sus dioses quienes acudían a ellos desde su morada mítica del Monte Olimpo para enseñar a los mortales los principios básicos y las reglas de la vida social.

Dentro de la sociedad griega, la lucha era considerada parte esencial de la educación integral brindada a la juventud. Se ponía demasiado énfasis en el desarrollo y mantenimiento de la fuerza, la higiene y el sentimiento artístico. En su mitología, los griegos consideraban a Hércules como el maestro y Hermes era el dios de la lucha, otros afirman que la invención de la lucha se la deben al héroe legendario Theseus quien tuvo que poner en juego su gran destreza y toda su agilidad para poder vencer al minotauro que le llevaba una

enorme diferencia de peso, desde ese momento, según Pausanias, la lucha se convirtió en un arte.

Grecia ha sido cuna de los juegos olímpicos que surgieron en año 776 antes de J.C. y desde su antigüedad proyectaron gran influencia de los deportes en el arte, sobre todo en la escultura; era un honor reservado a los Olímpicos (vencedores de los juegos) el que fuera esculpida su imagen por Fidias o Praxíteles. El Discóbolo de Mirón es una de las obras más conocidas, pero hubo muchas más como El Doríforo, El Diodumeno de Policeto, El Apoxiomeno de Licipo.

La contemplación permanente de atletas de cuerpos armoniosos, obligaba a la creación constante de verdaderas obras de arte.

El idioma griego tiene un sinnúmero de metáforas y expresiones que fueron escogidas de la fraseología técnica de la lucha. Es así como se comenzó a practicar el PANCRACIO, del latín PANCRATIUM, que era combate de lucha griega donde eran lícitos todos los recursos para derribar o vencer al adversario.

En el año 648 antes de J.C. apareció el PANCRACIO (mezcla de box y lucha) con un reglamento muy libre, donde prácticamente se permitía de todo tipo de presas y golpes.

De éste espectáculo surgieron grandes gladiadores como Milón de Crotona que fue seis veces campeón olímpico de lucha entre 532-516 antes de J.C.

## ROMA

El pueblo Romano, conquistador de Grecia, no obstante de haber heredado toda la cultura helénica, le dio otro sentido diferente a los juegos olímpicos.

Los Romanos fueron un pueblo muy práctico, no le daban importancia más que a las cosas de utilidad inmediata, esencialmente fueron guerreros. El esfuerzo deportivo, el entrenamiento corporal era estimado únicamente por la fuerza que podía dar a las legiones y el Campo Marte donde practicaban sus ejercicios que era más que una Pales-tra, un campo de instrucción militar.

Los combates de gladiadores importados

de Etruria, hicieron su aparición en 264 antes de J.C. tuvo su origen en un acto humanitario. Cuando murió Junio (de la familia Brutus) varios pueblos extranjeros enviaron cautivos para ser sacrificados en los funerales a sus hijos, Junio Marcus y Decius Brutus, que habían visto en Etruria los combates de gladiadores y quisieron hacer menos sangrienta la lucha formando parejas con las futuras víctimas, los hicieron combatir para que solo murieran la mitad de ellos. Con el tiempo fueron gustando a los Romanos éste tipo de combates e incluso durante las guerras de conquista de Roma Imperial, a los prisioneros que capturaban los condenaban a jugar la vida en la Arena y el pueblo Romano se aficionó inmediatamente a éste sangriento espectáculo.

La admiración a los combatientes, el valor de éstos y las grandes sumas que percibían, hicieron que aumentara el entusiasmo por destacar como un gran campeón, ya que el preso que trataba de conservar la vida o el esclavo que luchaba por su liberación, fueron los héroes ávidos de aclamaciones por la multitud.

Se cuenta que un joven extranjero fue obligado por sus amigos a presenciar un combate de gladiadores, y se propuso permaneciera con los ojos cerrados, pero como el público lanzaba ensordecedores gritos al ver caer un célebre combatiente bañado en su propia sangre, sin querer abrió los ojos y a partir de ese momento jamás pudo volver a cerrarlos; desde entonces sintió una enorme pasión por las luchas, así como también los mismos Romanos.

El Circo Máximo y el Flaminio fueron dos de los lugares que gozaron de gran fama. Un encuentro gladiatorio requería de publicidad para que asistiera un público masivo, con tal objeto, se pegaban anuncios en las paredes de la ciudad y el día señalado, aquel lugar se llenaba por una gran multitud pues al principio las entradas eran gratuitas. La influencia de ambas culturas en el deporte del Pancraccio formaron lo que actualmente conocemos con el nombre de LUCHA GRECORROMANA.

## EGIPTO

La lucha tuvo su origen religioso y funerario como lo prueban las re-

presentaciones de combate que se encuentran en los frisos de algunas tumbas faraónicas; a más de ello, la lucha formaba parte del adiestramiento de los hombres del ejército y fungía como un espectáculo de diversión popular.

En el templo de Beni-Hassan existe un mural con figuras esculpidas que detallan minuciosamente la realización de un encuentro gladiatorio; en esas luchas no habían limitaciones y se permitía el uso de todo tipo de presas.

La lucha en Egipto era de una naturaleza plenamente brutal, pero se apreciaba como un verdadero arte varonil.

Aquellas figuras esculpidas muestran un sinnúmero de encuentros de lucha exhibiendo prácticamente todas las llaves y sus combinaciones conocidas hoy día.

## EL MEDIO ORIENTE

La lucha se manifiesta dentro de las especialidades particulares de la nobleza como parte de los diversos motivos que celebraban en los festines. Aún no cobraba su aspecto deportivo ni de competencia clasificada; no obstante, es en esas tierras donde surgen sistemas defensivos y ofen-

sivos como la lucha que se practica en Japón desde hace veinte siglos y se considera como un arte militar dedicada a los Samurais. Posteriormente surge el Judo creado por Jigoro Kano maestro y luchador japonés quien fundó la escuela "Kudokwan" en Tokio en 1882; sus técnicas de combate son las mismas del Jiu-Jitsu pero más depuradas y enriquecidas.

La primera lucha oficialmente registrada en Japón fue en el año 22 antes de J.C. y se fundó la primera escuela llamada "Riutakenouchi" en 1532.

En China se practicó el Wushu y su aprendizaje requería de una gran concentración que el luchador debía adquirir a base de entrenamientos mentales y físicos que le permitían conocer los puntos vulnerables donde aplicar su fuerza para dominar a su oponente y aún para matarle. El Wushu fuera de China se le conoce con el nombre de Kung-Fu.

En tiempos pasados, los fanáticos orientales solían arrojar piezas de su vestimenta o cualquier objeto a su campeón preferido, con el fin de que lo conservara y al día siguiente uno de sus alumnos lo regresa-

ba a su propietario quien a su vez obsequiaba una moneda a cambio.

## MEXICO PREHISPANICO

La actividad deportiva se circunscribe como tal, en algunos pueblos del México antiguo que alcanzaron una cultura relevante tales como los Olmecas, los Mayas y los Aztecas.

Como parte de su ritual y a semejanza de los griegos, se practicaban deportes como el sagrado juego de pelota, la caminata, las carreras, pero también practicaban luchas de fuerza física en el Calpulli o el Calmecac, ya que una de las finalidades de la guerra entre los indígenas era aprehender prisioneros sin matarlos, para llevarles como ofrenda a la piedra de los sacrificios, por lo que había necesidad de sujetarle e inmovilizarle.

En la inmensa zona geográfica de Mesoamérica, desde el norte de México hasta el sur, en la zona Maya de Centro-América las culturas indígenas que tenían su "habitat" en ella, cultivaron el ejercicio físico como un medio de preparación para la defensa de su grupo social,

siempre con profundo sentido religioso. Los descubrimientos arqueológicos y la investigación histórica nos permiten conocer el testimonio de la existencia de los deportes prehispánicos. Los relieves y frisos de los palacios y monumentos esparcidos por todo el país como las pinturas murales, las esculturas en piedra, las figuras de barro y los códices revelan la forma en que se llevaban a cabo aquellas luchas específicamente de todos los demás deportes.

Cuando la civilización prehispánica alcanzó un alto nivel de organización, el deporte formó parte de la cultura y la educación de la juventud en el Calmecac, es decir, la escuela Azteca.

Los cronistas, entre ellos José de Acosta, narran como los conquistadores se quedaron asombrados de la habilidad, fuerza y equilibrio que tenían los acróbatas indígenas, los danzantes y los atletas.

Las luchas alcanzaron gran auge, tal vez por las guerras que los impulsaban a combatir entre sí; fue entonces como existieron ejercicios y espectáculos que requerían una gran habilidad y fuerza como "el volador" de la zona de



Pieza escultórica  
" El Luchador"

Papantla y las danzas que se practicaban en los pueblos del México antiguo.

El sacrificio gladiatorio constituyó las modalidades de defensa cuerpo a cuerpo que se practicaron en el México Prehispánico y consistía en que la víctima debía llevar los atuendos del dios XipeTotec quien iba con el cuerpo cubierto con una piel humana y se le colocaba una máscara de igual material, se le tocaba con un plumón blanco que simbolizaba el alba, momento en que las almas de los guerreros resucitados vuelan hacia el sol.

Los guerreros contra los que combatían estaban vestidos de caballeros jaguares, una de las ordenes militares más importantes de los Mexicas.

En la cultura de Occidente, que floreció en la zona de Colima, los luchadores eran personajes pertenecientes a la casta guerrera, efectuaban ejercicios de lucha con el propósito de adquirir una buena condición física para la guerra. Hay testimonios de éste hecho en algunos restos de vasijas que presentan a los luchadores durante sus actividades de enfrentamiento, así mismo existe una serie de figuras de barro de tipo cultural sumamente avanzado que reproducen a mujeres luchando unas contra otras.

En la cultura Olmeca, 200 años antes de J.C. hasta cien años después, como la mayoría de las culturas Mesoamericanas, la lucha era considerada como una actividad necesaria e imprescindible para que los guerreros obtuvieran una buena condición física que les permitiera pelear en las batallas; por lo tanto, se preparaban como verdaderos atletas y llevaban a cabo maniobras y exhibiciones ante el pueblo en las cuales se ponía de manifiesto su buen entrenamiento y sus habilidades como luchadores.

Una formidable pieza escultórica conocida como El Luchador per-

tenece a la cultura Olmeca y está elaborada en piedra tallada, representa a un atleta sentado con los brazos en posición de lucha.

## EUROPA

En la época medieval, a raíz de la invención de la imprenta por John Gutenberg, surgió una copiosa literatura al respecto con gráficas y trazos sobre diversas formas de sujeción y derribes en boga durante los siglos XV y XVI.

En las postrimeras de esa época, la lucha grecorromana dio un cambio, pues sus numerosas reglas restrictivas la hacían aburrida para el temperamento combativo de los atletas e incluso también de los espectadores. Es así como se dan las primeras manifestaciones de la lucha libre y se une a los demás deportes de combate, que se refiere a las diversas clases de luchas que se practicaron en otras culturas. Por ese motivo, comenzaron a promover en diversos países la lucha libre más rápida y emotiva a partir del siglo XIX.

La popularidad de la lucha se inició en 1898, con motivo de un campeonato celebrado en el Casino de París, al que

acudieron atletas de muchos países y en el que quedó como primer campeón del mundo el Hispano-Francés llamado Paul Pons quien fundó su propio gimnasio de donde saldrían los mejores luchadores de aquella época.

En España existía el Gimnasio del Ateneo En-

ciclopédico Popular que forjó grandes atletas del pancracio.

En Inglaterra, a la lucha libre se le denominó "catch as catch can" que en castellano significa "agarra como puedas".

Sin embargo, el auge definitivo de la lucha libre profesional tuvo su máximo florecimiento y

esplendor en México, ya que cobró gran trascendencia cultural y social de carácter popular.

A partir de entonces se extendió a todos los continentes atrayendo grandes masas de público a los lugares a donde se presenciaba y se practicaba ese peculiar deporte-espectáculo.

## CAPITULO 2 LA LUCHA LIBRE EN MEXICO

### LA LUCHA LIBRE ANTIGUA

La lucha libre fue introducida en México por los franceses a la orden de Napoleón y que vinieron a establecer el efímero Imperio de Maximiliano. Es a partir de 1863 que tuvieron lugar las luchas de estilo grecorromana entre los soldados franceses y la Infantería de Marina Gala e incluso se recuerda un torneo llevado a cabo del Mariscal Bazaine quien había contraído nupcias con una mexicana. El encuentro de lucha tuvo lugar en el patio principal de el Palacio de Buenavista, que al ser obsequiado al Mariscal y su esposa por los padrinos de boda, el Emperador Maximiliano de Habsburgo y la Emperatriz Carlota; fue llamado el Palacio de Mariscala, actualmente ese colonial edificio es sede del Museo de San Carlos, situado en la calle de Puente de Alvarado.

Poco después, Monsieur M. Tourin estableció el "Gimnasio Higiénico Medicinal" en la calle de San Agustín - hoy Guatemala - donde se continuaron impartien-

do clases de lucha grecorromana. Uno de los primeros luchadores profesionales fue Antonio Pérez de Prian apodado "El alcides mexicano" quien sobresalió y se destacó ante los demás atletas, pues aprendió a luchar y a captar inmediatamente todos los trucos y secretos de tan enigmático. Posteriormente el alcides quedó como gerente de dicho gimnasio; mientras tanto, realizaba diversos eventos acrobáticos y de fuerzas en diferentes plazas de toros y circos, hasta que contrató a un luchador estadounidense llamado Henry Buckler para que fuera contrincante, de esta manera se llevó a cabo la lucha en la Plaza de toros de San Pablo, ganándole el encuentro el propio "alcides mexicano".

El 10 de abril del mismo año, surgió el segundo "alcides mexicano" llamado Máximo Urteaga exhibiendo sus conocimientos atléticos en la Plaza de toros del Paseo Nuevo que incluían ejercicios gimnásticos, equitaciones, acrobacia, mojíjanga, toro embolado y lucha grecorromana.

Fue hasta 1867 cuando se retan los dos

alcides mexicanos, es decir, Pérez de Prian contra Urteaga, para medir fuerzas y obtener el derecho exclusivo de usar el nombre profesional, pero desgraciadamente se desconoce el resultado.

Michaud Planshet había sido un destacado atleta francés y por tal motivo llegó a México en 1900 para presentar su espectáculo luchando en circos, teatros, plazas de toros, etcétera. Es a él a quien se atribuye generalmente la introducción de la lucha grecorromana en nuestro país. Planshet ofrece un encuentro de lucha en la plaza de toros en donde llevó como enemigo a José Espino Barros quien dos años después fue profesor del Club Olímpico situado en los altos del Salón Rojo, esquina de San Francisco y Coliseo.

En 1903 aparece el inconfundible profesor Enrique Ugartechea quien fundó su gimnasio de "cultura física" ubicada en la calle de San José de Real N° 10 -hoy Isabel la Católica- .

Otro hombre célebre en la lucha libre antigua lo fue el torero y luchador Don Joaquín Artaud de origen catalán el cual tomó parte en la función

donde Ugartechea luchó contra "Romulus" el Hércules italiano en el circo taurino Chapultepec el 28 de Junio de 1903, enfrentamiento en el cual Ugartechea fue derrotado, pero no descansó hasta tomar venganza sobre el italiano al que venció en la capital y en Puebla. Ugartechea fue el primer luchador mexicano que se coronó Campeón Nacional, título al cual añadió el de Campeón de Cuba que ganó durante su gira que se prolongó hasta Buenos Aires y más tarde cuando luchó en España, derrotó a Jack Johnson que había sido Campeón Mundial en boxeo.

Fue en 1910, cuando surgieron las primeras empresas de lucha libre, las cuales dieron sus funciones en el Teatro Principal llevando como figura estelar al campeón italiano Giovanni Relesevitch, la otra "troupe" la integraba el famoso Antonio Fournier quien trajo a México a los luchadores Conde Koma y Satake Nabutaka, este último decide quedarse en nuestro país para dar clases de lucha en la Escuela Nacional de Maestros y uno de sus alumnos fue Eduardo "dientes" Hernández.

En 1910, Enrique Ugartechea funde el

gimnasio "El Palacio de Mármol" en la calle Tacuba N° 16 y al año siguiente en la Academia de Estado Mayor, cuyo edificio aún perdura en la Calzada México-Tacuba, ahí los cadetes ofrecían exhibiciones de lucha grecorromana.

En 1927, Bobby Arreola formó parte del grupo de alumnos que integraron el equipo olímpico de lucha dirigida por el profesor Raúl Romero.

Tres años después, en el "Deportivo Internacional", el maestro Rosendo Arnáiz selecciona a un grupo de jóvenes para iniciarlos en la lucha libre siendo ellos: Octavio Gaona, Arellano, Mario y Luis Núñez y Chóforo Guerrero.

El 31 de enero de 1930, en la Arena Nacional de la calle Iturbide - hoy cine palacio chino - se llevó a cabo un torneo con una pandilla de desesperados que comandaba Erby Swifft, de los ocho luchadores que combatieron en dicho torneo para sacar campeón, solo se destacaron el americano Cowboy Rusell y el español Carlos Henríquez. Ese fue el primer torneo que se llevó a cabo en la ciudad de México y que dejó gran arraigo entre los estudiantes y aficiona-

dos de los cuales surgieron años después, los pioneros de la lucha libre profesional en México.

## LA IMPLANTACION DE LA LUCHA LIBRE PROFESIONAL

Había comenzado ya el año de 1933...

Tres años había pasado de aquel primero torneo de lucha libre sin embargo, entre los estudiantes seguía creciendo el interés para practicarlo.

El Olímpico Alvarez abrió las puertas de la Antigua Modelo para efectuar en ella un torneo estudiantil más emotivo.

Entre los asistentes se encontraba un hombre nacido en Ocotlán, Jalisco; había llegado casualmente a la capital para ver las finales del torneo. Su nombre era: SALVADOR LUTTEROTH GONZALEZ quien había sido co-promotor de la



Sr. Salvador Lutteroth González

magna función de box con la presentación estelar en México del campeón mundial welter Tommy Freeman y su contrincante el hábil leonés Alfredo Gaona, entonces el gusanillo de la promoción se le había metido ya al señor Lutteroth, sin embargo sus deseos de dar funciones de box no se llegaron a realizar, ya que existían muchas Arenas y el mercado en materia pugilista estaba en dura competencia, una Arena más sería arruinar el negocio.

El diario periodístico "La Afición" publicaba en sus páginas la información de los grandes pugilistas como Casanova, Kid Azteca, Conde, Villa, entre otros más; pero el señor Lutteroth jamás se dio por vencido y mandó a reconstruir la Antigua Modelo llamándole posteriormente ARENA MEXICO.

Como siguiente paso formó su gran empresa junto con Francisco Ahumada y Miguel Corona para instituir y promover LA LUCHA LIBRE PROFESIONAL MEXICANA.

Desde 1910, aún se recuerdan las primeras empresas a la lucha libre, sin embargo desaparecieron muy pronto, pero LA EMPRESA MEXICANA DE LUCHA LIBRE

encabezada por Lutteroth-Ahumada-Corona, por fin había llegado..... para quedarse por mucho tiempo, y quizás para siempre.

Don Alejandro Aguilar Reyes "Fray Nano" padre de la crónica deportiva del diario La Afición, mantuvo una plática con Lutteroth y de ahí surgieron dos importantes razones que dieron motivo para implantar el deporte del pancrancio en nuestro país.

1) En Estados Unidos había magníficos luchadores mexicanos que estaban siendo boicoteados en el Paso Texas, en Albuquerque, Arizona Nuevo México y los Angeles.

Manny Sánchez y Martínez Larrea tuvieron que salir de ahí a causa de la nefasta campaña luchística que se suscitaba en el país del dólar. Yaqui Joe y el Charro Aguayo en varios encuentros en plena Arena habían sido golpeados por aficionados y "gorilas" alquilados por promotores quienes salían furiosos al ver que los nuestros siempre conseguían la victoria derrotando a los luchadores americanos. En Hilling Texas, Yaqui Joe había vencido honradamente a Ted Hawks y acto seguido la muchedumbre lo golpeó salvajemente.

2) Se contrataron a los luchadores mexicanos que sufrían tal boicoteo y también a los extranjeros para enfrentarles en la función INAUGURAL de la Arena México; de esa manera se daría a conocer la verdadera lucha libre con bases sólidas, un reglamento formal y una excelente campaña organizada y respaldada por la Empresa Lutteroth llamada también LA SERIA Y ESTABLE.

La fecha para abrir la primera temporada quedó definida, llevándose a cabo el jueves 21 de septiembre de 1933.

En un principio tuvieron que ser luchadores extranjeros los que llenaran los carteles de las funciones estelares y los preliminares fueron los estudiantes y aficionados que mejor se habían destacado con el Olímpico Alvarez, Rosendo Arnáiz y del Casino de Policía de donde salió el inolvidable Jesús Murciélago Velázquez.

Una vez cimentado el deporte-espectáculo en México, surgen gladiadores con recia personalidad que fueron ídolos de las multitudes como Dientes Hernández, Ciclón Veloz, Kid Vanegas, Bobby Bonales, Octavio Gaona, Adolfo Bonales, Raúl Romero, Joe Silva,



Portada la Afición- 1er Evento de Lucha Libre

etc, todos ellos pioneros de la lucha libre mexicana profesional. Así mismo se trajeron luchadores extranjeros tales como Nick Buzinis, Abe Coleman, Hans Schultz, Matzuda Matzura, Mick London, Jack O'Brian, Ray Ryan, Jerry Markus, entre otros muchos más.

En los años cincuenta y sesenta, la lucha libre ya se había arraigado en México y se fueron integrando nuevos

elementos como Chico Casasola, Rito Romero, Carlos "tarzán" López, Enrique Llanes, Cavernario Galindo, Gori Guerrero y Santo, el enmascarado de Plata.

La década de los sesenta marca la época de oro de la lucha libre en México ya que se hizo costumbre la presencia en las funciones del pancracio, de bellas mujeres elegantes ocupando los asientos de ring-side, asistían al evento destacadas personalidades de moda, artistas, políticos, gente como Salvador Novo, el caricaturista García Cabral y el periodista Manuel Horta.

En los setenta surgen nuevas figuras como René Guajardo, Karloff Lagarde, Rayo de Jalisco, Huracán Ramírez, Mil Máscaras, Fishman, Sotánico, Ringo Mendoza,

Sangre Chicana, Canek, Ray Mendoza, Perro Aguayo, en fin, una gran camada de luchadores que hoy en día siguen siendo ejemplo y motivación de consecuentes generaciones que gozan de gran popularidad para el público mexicano, e incluso también el público extranjero admira las hazañas de un Lizmark, Blue Panther, Fuerza Guerrera, Los Villanos, Atlantis y muchos más.

Toda una vida se encierra en más de un siglo de historia de la lucha libre profesional mexicana, un deporte fuera de serie, un espectáculo enigmático de donde se vislumbran sus diferentes aspectos y por que es considerado una auténtica manifestación de nuestra cultura popular.

## CAPITULO 3 LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION EN LA LUCHA LIBRE

### TELEVISION

A pesar del incremento y la expansión de las funciones luchísticas en Arenas locales o de "barriada", aún no contaba con la gran penetración de los medios de comunicación como la televisión, la prensa y la radio. Con el desarrollo de dichos medios, la noticia y la crónica deportiva comenzaron a jalar multitudes.

La lucha libre en la década de los treinta, aunque ya contaba con un gran elenco de gladiadores y el público asistía para aplaudirles frenéticamente, aún se podía decir que seguían ocupando un nivel restringido de publicidad, por lo tanto, la lucha libre necesitaba del apoyo y el impulso definitivo del aparato transmisor llamado televisión la cual permitiría que millones de telespectadores aumentarían en gran medida, presenciando desde sus hogares su deporte preferido con un agregado muy importante como la crónica del locutor o el comentarista luchístico quien da a conocer el desarrollo del encuentro, las fases de la acción, las llaves, las reglas, las remembranzas, etcétera.

Fue en el inicio de los cincuenta cuando la lucha libre penetra por la televisión, en ese entonces con imágenes en blanco y negro; dicho aparato fue el espejo mágico que hizo famosos a muchos luchadores como el Cavernario Galindo, Enrique Llanes, Sugi Sito, Gori Guerrero, Tarzán López, El Santo, etc. De esa manera se transmiten las primeras funciones de lucha libre por la pantalla chica desde las principales catedrales del pancracio como la Arena México y Coliseo. La televisión comenzó a hacer furor cuando los empresarios del canal 4 - todavía no se fusionaban los canales 2, 5 y 8, ni se constituía la ahora conocida como TELEvisa - hicieron arreglos con el Sr. Salvador Lutteroth para transmitir las funciones luchísticas, entonces los resultados no se hicieron esperar... la televisión ¡impactaba! la gente se arremolinaba fuera de las tiendas de los establecimientos comerciales, para ver y oír lo que proyectaba aquella caja transmisora.

Corría el año de 1952, los dueños del canal 2 de televisión con-

virtieron el famoso estudio "A" de Televisión en una Arena de lucha libre, es decir, montaron un ring y butacas y empezaron a crear el divisionismo entre los luchadores, ofreciendo mejores sueldos, prestaciones, etc, para convencerlos y darles la oportunidad de aparecer por la pantalla chica.

Con la competencia entre la Empresa Lutteroth y la de Jesús Garza Hernández (Televisión), empezaron a surgir múltiples estrellas y se hizo la polémica... que si los luchadores de la televisión eran mejores que los de la Coliseo, que los de la televisión eran unos traidores, en fin. Así surgieron los primeros luchadores "estrellas de la televisión" como el Médico Asesino, la Tonina Jackson, Lalo el Exótico, Dixie Gardenia Davis, el Enfermero, Fernando Osés, Wolf Ruvinski, Camilo Pérez "Bulldog", el Carnicero Butcher, Enrique Llanes, Polo Torres y una oleada de gladiadores extranjeros como Antone "Príncipe" Leone, Max Gibson, Dorrel Dixon y muchos más.

Se inauguró la Nueva Arena México en 1956 y

el negocio florecía mejor, pero cierto día Don Ernesto P. Uruchurtu "El regente de hierro" convenció a las autoridades para que el espectáculo del pancraccio se suspendiera por la televisión y así de la noche a la mañana se prohibió totalmente su transmisión.

Ante el triunfo de los "conservadores" que lograron erradicar las emisiones de lucha libre, los fieles aficionados continuaron llenando hasta el tope las Arenas, presenciando la llegada de los nuevos ases del ring como el Perro Aguayo, Ringo Mendoza, Satánico y muchos más. Cuando la lucha libre vuelve a la televisión, se muestra la gran ventaja de los avances tecnológicos de la vía de comunicación ya que las transmisiones llegan a Europa (Galavisión) principalmente en España donde dicen que efectivamente se trata de un "show" de alta calidad profesional.

Mucho se ha especulado de que la televisión es un arma de dos filos para el deporte-espectáculo. Si bien, este medio de comunicación ha dado un impulso masivo al pancraccio mexicano y atrae diversos círculos sociales - principalmente a la clase popular - sin

embargo, éste poderoso medio electrónico ha creado gran controversia en la transmisión de los eventos luchísticos en las diferentes Arenas de la periferia capitalina. Desde que entraron los ojos electrónicos a las Arenas, se convertiría en la manzana de la discordia entre los promotores, dado que unos la veían como benéfica y otros como un mal para el espectáculo. No se pretende estar en contra de las luchas televisadas, puesto que cerrar los ojos al embate de un medio tan poderoso de infiltración, de ideología, cultura, poder y educación, trasladado a la lucha libre, sería centrarse en una posición contraria a la evolución que todo espectáculo masivo como éste, debe de afrontar. La lucha libre televisada, vista por infinidad de aficionados por vez primera, representaría un fenómeno complicado, que significaría tratarlo con mucha delicadeza.

Los críticos tradicionales no se hicieron esperar ante tal grado de decir sin ningún fundamento que la lucha libre es puro "circo, maroma y teatro", así como un espectáculo despreciable a donde va gente de "lo peor". Pero también

representaría una forma de hacerla llegar a millones de hogares nacionales e internacionales donde deberían conocerla como un espectáculo deportivo digno, realizado por profesionales que sienten y sufren, por seres humanos que se entregan hasta el punto de arriesgar la vida con tal de levantar un aplauso o un abucheo.

En 1984, Televisa a través de su filial Provesa, del Grupo Estadio Azteca S.A., le entró de nuevo al negocio de la lucha libre, creando su propia Empresa respaldada por Moisés Zárate. Dicha organización comenzó a hacer funciones en la carpa Pavillón Azteca y pretendió con el apoyo de la televisión, entrar en competencia con las promotoras establecidas, como la Arena México y el Toreo de Cuatro Caminos, aunque finalmente fracasó. Formó su elenco con gladiadores en su mayoría veteranos de cierto renombre, así como con luchadores nuevos y con vestimenta llamativa que les hizo tener cierto éxito, además del apoyo y la difusión de la televisión a casi todo el país. Para 1985, el Pavillón se había llenado de la noche a la mañana de grandes figuras del pancraccio como Blue Demon, An-

gel Blanco, Huracán Ramírez, Lizmark, El Solitario, TNT, El Fantasma, Signo, Texano, Negro Navarro, Super Muñeco, Ricky Boy, El Canalla y muchos más. La promoción luchística de Jesús Olmos y Moisés Zárate dejó sus actividades de trabajo en julio de 1989.

Sorpresivamente el 10 de febrero de 1990, Televisa comenzó paulatinamente a transmitir en forma diferida las funciones de los viernes en la Arena México en programas sabatinos por televisión e iniciaban a las 11 de la noche. Francisco Alonso Lutteroth, heredero de la SERIA Y ESTABLE comenzó a dividir a los promotores principales del país así como al gremio de luchadores, escisión que se vino a hacer evidente en la huelga de gladiadores del 20 de septiembre de 1991. Las transmisiones de Televisa tuvieron en pocos meses tal éxito y elevó en forma tan sorprendente los índices de teleaudiencia que pronto se convirtió en el "gran negocio" que vislumbró a los ejecutivos de la televisora.

La promoción por televisión del espectáculo ha dado vida a nuevas figuras del ring y los ha convertido en grandes

estrellas tales como Atlantis, Máscara Sagrada, Universo 2000, Pierroth Jr, Konnan, Octagón, etc, que junto a los viejos profesionales luchadores como el Perro Aguayo, Fishman, Mil Máscaras, llenan las Arenas en cada función volviendo a revivir una segunda época de oro.

Imevisión también se lanzó a la aventura, planteando la situación entre el promotor del Toreo de Cuatro Caminos y de la Empresa Independiente - Sr. Carlos Maynes Flores - el de llegar a un convenio mediante el cual se firme un contrato para transmitir funciones de lucha libre semanalmente. De esa manera La Empresa Independiente Lucha libre Internacional al frente el Sr. Maynes quien promueve a un grupo de gladiadores en el Toreo de Cuatrocaminero del Estado de México, firmó un contrato el día 18 de noviembre de 1991 con la televisora Estatal Imevisión para llevar a cabo el proyecto que sería el de transmitir las luchas del Toreo por el canal 13. Entonces se comenzó a realizar un estudio previo para armar un excelente programa en donde se daría a conocer "el verdadero rostro de la lucha

libre por canal 13, la mejor opción" - Slogan de la Empresa televisora Estatal - y a partir del sábado 23 de noviembre de 1991 comenzaron a transmitirse las luchas filmadas para las pantallas caseras en horarios sabatinos de 2 a 4 de la tarde bajo el título del programa "los ídolos de hoy de la lucha libre". El mundo del pancracio ya cuenta con dos poderosas competencias televisivas en donde el público es el único que sale beneficiado. Por otra parte, Televisa transmite las luchas no solamente desde la Arena México y Coliseo sino que también a las Arenas de provincia y fuera del país, éste a raíz de la creación de otra Empresa luchística.

El negocio en éste controvertido deporte-espectáculo se convirtió en un combate que se disputan los consorcios televisivos y los más prominentes promotores del pancracio.

Carlos Maynes, líder de la Empresa Independiente manifestó que al parecer "la lucha libre ha tenido gran éxito en la televisión" agregando que existen enormes posibilidades de que el convenio suscrito entre dicha empresa promotora e Imevisión para transmitir luchas se pro-

rrogue. Tal efecto resultó por demás fructífero ya que Sistema Universal de Video S.A. se ha dedicado a filmar las luchas a partir del mes de abril de 1992, desde la Arena Nezahualcoyotl.

A la Empresa del Sr. Maynes, le benefició establecer este convenio ya que, pese a que sus promotores no lo han admitido, asegurando que con o sin la televisión, su espectáculo aún subsistiría, es evidente - y los luchadores de ese elenco si lo han reconocido - que esa firma promotora estaba quedando relegada por el enorme aparato del "star system" de Televisa aplicado a la lucha libre de la Arena México. Por lo tanto, el contrato de Imevisión-Toreo vino a beneficiar a las estrellas de su elenco tales como Canek, Dos Caras, Los Villanos, Mil Máscaras, Enrique Vera, Texano Silver King, The Killer, entre otros, que no tenían oportunidad de aparecer en la pantalla chica y que por lo tanto no eran conocidos por el nuevo "fan televisivo".

Por otro lado, es curioso observar como Imevisión ha aprovechado la derogación de una prohibición para transmitir luchas por televisión en el Distrito Fede-

ral que se mantenía vigente desde la época de Ruiz Cortines y que Televisa de alguna manera, pasó por alto pidiendo luego en 1990 que la medida reglamentaria quedara sin efecto, según así lo manifestaron los propios funcionarios de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, RTC.

El monopolio privado Televisa, al explotar el negocio de la lucha libre, violó un convenio suscrito por el Sindicato Nacional de Luchadores y con la Empresa de la Arena México, al cambiar unilateralmente los horarios y días de transmisión; lo que propició que estallara el 20 de septiembre de 1991, la primera huelga luchística que recuerda la historia del pancraccio nacional.

Así mismo, resulta interesante observar la relación -televisión-lucha libre- a través de los años se ha fincado en lo lucrativo que representa éste espectáculo a los fines comerciales de las emisoras. Por otra parte, es muy atractivo conocer las características y el devenir histórico del controvertido mundo de la lucha libre mexicana, lo cual nos lleva a situarlo como un onírico y alu-

cinante fenómeno cultural popular que tiene fuertes significaciones e interesantes aspectos sociológicos y psicológicos, así como un rito social permeable al manejo de las conciencias, desde los ámbitos políticos e ideológicos del patrimonio de México.

En el mundo del comercio y la publicidad, todos hablan de que su producto es el mejor del mundo, y la lucha libre mexicana no es la excepción donde Televisa promovió su producto bajo un característico "slogan" llamándole "la mejor lucha libre del mundo".

Mucho tiempo duró este producto sin competencia y el aficionado se dejó llevar por la magia de la publicidad y accedió a comprar este producto. Actualmente existe una enorme y clara competencia entre las dos empresas televisivas - Televisa e Imevisión - la cual promueve su producto con su "slogan" llamándole "el verdadero rostro de la lucha libre" éstas son las estrategias de publicidad manejadas y estructuradas por dichos consorcios televisivos.

Con el surgimiento de una nueva empresa luchística (7 de mayo de 1992) teniendo como lí-



A debate, la lucha libre, cinco valientes defensores de oficio: Rambo, Perro Aguayo, Fuerza Guerrera, Hijo del Santo y Blue Panther, Nino Canún presenta el tema a través del Canal 2, el Canal de las Estrellas.

der al Licenciado Antonio Peña Herrada; el consorcio Televisa genera un programa distinto con miras a entrar nuevamente al "gran negocio" de éste impactante deporte.

El Dr. Alfonso Morales - conocido comentarista deportivo - manifestó durante una plática realizada en el programa televisivo "Y usted ¿qué opina?" con Nino Canún el 25 de agosto de 1992:

"Tratándose de dar a conocer más acerca de la Nueva Empresa Triple AAA, el licenciado Antonio Peña ha hecho un ESTUDIO DE MERCADO con el propósito de mejorar el concepto de la lucha libre mexicana y satisfacer las demandas que el público exige ver en las funciones luchísticas. Finalmente deduce y comprueba que éste controvertido deporte-espectáculo gusta e impacta a las mayorías

principalmente niños".

"Por lo tanto, todos los aficionados que están dentro y viven las emociones de la lucha libre, ya no se dejan engañar fácilmente de lo que opinan los escépticos o de lo que les cuentan otros. Los luchadores llevan un control de vida por demás interesante, su preparación y condición física está adaptada para superar cualquier peligro dentro y fuera del ring".

"El producto de mercado es el resultado de un estudio a fondo realizado para satisfacer la demanda que el público solicita y cumplirles para que disfruten de un buen evento de lucha libre" concluyó el Dr. Morales.

Finalmente, el Licenciado Peña reitera:

"La lucha libre mexicana, necesitaba urgentemente un cambio y hoy en día está en su máxima espectacularidad... en todo cambio evolutivo es mejor renovarse o morir, y si el público está exigiendo ver cosas nuevas dentro del pancracio entonces hay que cumplirles y es que es muy lógico, la gente se comenzó a aburrir viendo los mismos encuentros de lucha libre de hace 20 o 40 años... y en Triple AAA estamos y nos debemos al público para complacerles en todo lo que pida y exija".



El doctor Alfonso Morales, entre los ídolos Konan y Octagón. La voz autorizada de la lucha libre y su argumento contundente.

## CINE

Las películas mexicanas son una riquísima fuente de conocimientos de la idiosincrasia, costumbres, gustos y tradiciones de nuestra sociedad, pues su cultura no es precisamente una expresión cultural que agrade al mundo entero.

Para equilibrar la producción de películas nacionales, el Estado debe continuar el financiamiento de filmes críticos; pues ya se ha visto que los productores no han podido ser eliminados ni reemplazados y que poco o nada les interesa la opinión de la crítica cinematográfica. Sin embargo, el productor mexicano siempre ha sido atacado de muchas formas y en todos los géneros filmicos, es decir, desde las películas de rumberas hasta las filmaciones del SANTO o cine de luchadores - género específico a tratar - han representado para la crítica especializada como una especie de "serie de cintas dirigidas a los retrasados mentales, cintas absurdas ya que les parecía imposible e ilógico que un solo tipo derrotara a veinte mafiosos". Irónicamente, las filmaciones extranjeras como el agente 007 si fueron bien co-

mentadas y calificadas como sensacionales; pero a pesar de todo, las películas mexicanas siempre se han caracterizado por tener éxitos rotundos en taquilla.

El productor Guillermo Calderón manifiesta que jamás ha pretendido hacer obras de arte o joyas de la cinematografía, su único fin es divertir al pueblo.

El cine mexicano como fiel documento de nuestra historia, debemos seguirle los éxitos y fracasos para descubrir que somos, como es el país y su cultura. Para hacer una crítica más profunda y eficaz del género - cine de luchadores - los productores y el Estado se han inmundizado en ella.

Se dice que los luchadores mexicanos son el resultado del intento de responder a la creciente invasión de héroes y superhéroes americanos que comenzaron a llegar a México a principios de 1941.

Si la cultura anglosajona enviaba a Superman, Batman, Spirit, The Phantom y Tarzán a nuestro territorio creando una mina de oro; entonces nuestros héroes nacionales del pancraccio también podían tener lo suyo para darse a conocer en otras fronteras y lo único que faltaba era

darles el empuje final que contribuiría de igual manera a llevar el deporte-espectáculo a todos los estratos sociales.

A principios de los cincuenta, la lucha libre tuvo una inigualable difusión por medio de la pantalla chica hasta llegar por fin al interés de los productores cinematográficos quienes asombrados asistían a presenciar todo aquél boom del género de multitudes.

Existe una gran cantidad de filmes (comedias, melodramas, aventuras de acción, terror, ciencia ficción, etc) donde aparecen luchadores superhéroes o supervillanos con el rostro descubierto o enmascarados, actuando en las escenas más impactantes que estremecen a sus aficionados como lo hacen en una función luchística.

A partir de 1952 se realizan las cuatro películas mexicanas de luchadores las cuales dejan ver los diferentes caminos que transitará el género en los años siguientes.

Fueron Chano Urueta, Fernando Cortés, Jose-lito Rodríguez y René Cardona quienes dieron nacimiento al cine de luchadores con las cintas "La bestia magnífica",



Cartel cinematográfico de lucha libre

"El luchador fenómeno", "Huracán Ramírez" y "El enmascarado de plata" éste último protagonizado por el Médico asesino y que posteriormente SANTO la leyenda viviente portó el mote de dicho título filmico.

Y no fue sino hasta 1958 cuando surgen las dos primeras películas del Santo tituladas "Santo contra el cerebro del mal" y "Santo contra los hombres infernales" ambas producidas por Joselito Rodríguez. Sin embargo, en 1962 filmó "Santo contra las mujeres vampiro" de Alfonso Corona Blake, considerada como la mejor película realizada en éste género; película que llamó la atención de la crítica especializada en Europa y

existen tales testimonios que dan fe a lo escrito.

A pesar de que el Santo mostraba carisma y popularidad en las Arenas, los productores no confiaban aún en que pudiera convertirse en un imán de la taquilla cinematográfica; de hecho jamás se imaginaron que sus películas rebasarían los límites de su profesión, ingresando al terreno de la veneración popular y el estudio sociológico ya que entre 1958 a 1982 alcanzó las 150 películas, cifra que únicamente el Santo ha podido sobrepasar.

Pero no solamente el plateado incursionó en este género, Blue Demon, Huracán Ramírez y Mil Máscaras mostraron sus dotes de actores de-

sarrollando películas tales como "Huracán Ramírez" y sus subsecuentes episodios, "Los Campeones justicieros" (1970) producido por Federico Curiel, entre otras cintas más. De esa manera continuó la oleada de otros luchadores por el mundo del cine como Tinieblas, Blue Angel, Rayo de Jalisco, e incluso también los actores como Jorge Rivero quien dio vida a un personaje luchístico llamado El Neutron, el Enmascarado de Oro y Rogelio Guerra protagonizó al "Angel del Silencio" (1978) dirigida por Gilberto Martínez Solares.

A fines de los ochenta, el cine de luchadores inicia una segunda etapa y es como surge una oleada diversa de productores incluso hasta las féminas han incursionado en la tarea de realizar filmes luchísticos como es el caso de Gloria Mayo quien produjo "Los luchadores de las estrellas" y "Los Guerreros de la noche" ambas (1992), también la productora Gabriela Obregón realizó la tercera y más reciente película del Hijo del Santo titulada: "Santo, la leyenda del enmascarado de plata". (1992).

Aún se sigue manteniendo el concepto de algunos escépticos en

decir que las películas de luchadores poseen una escasa calidad técnica a pesar de que siempre existen enormes abarrotamientos taquilleros en las salas cinematográficas. Lo cierto es que éste género ha perpetuado figuras insustituibles en la fantasía y que por medio del congelamiento temporal ponen al "ídolo popular" por la vía de copias fílmicas que lo inmortalizan indefinidamente; luego la innovación del video el cual garantiza que por lo menos unos cuantos luchadores permanezcan estoicos ante el paso de los años.

Diversas películas de luchadores se han editado y no han podido salir en carteleras y esto debido a cuestiones estructurales y políticas de la empresa cinematográfica con el Estado por lo que han tenido que ser censuradas, inclusive Mil Máscaras ha realizado más de 12 películas sin embargo dos de ellas han alcanzado gran popularidad como "La verdad de la lucha libre" (1988) y "La llave mortal" (1990).

En 1989, el productor Mauricio Rojas, bajo la dirección de José Buil realizan la película titulada "La leyenda de una máscara" protagonizada

por Héctor Bonilla. Este filme es una incursión en los mitos del cine y la historieta popular para actualizarlos y reelaborarlos, a pesar de la escasez de escenas de lucha libre con un final débil y poco activo; "La leyenda de una máscara confirma el potencial que aún tiene este género y muestra el singular sentido de la imagen del director que juega con citas y referencias paródicas de SANTO, el enmascarado de plata para conseguir una aproximación real desmitificadora y afectiva del super héroe enmascarado.

En 1990 surgió un luchador regio montano llamado Mágico y filmó una película cuyo nombre llevó "Las aventuras de Mágico" producida por Roberto Cañedo y bajo la dirección de An-

gel Rodríguez quien decidió por último momento cambiar de título a dicho film llamándolo "Mágico; el enviado de los dioses" e IMCINE la productora estatal se interesó en editar ésta nueva versión fílmica.

Fantasma es otro luchador que se ha envuelto en el cine, aunque no necesariamente del género luchístico pero sí de mucha acción ya que sus dos películas llevan un 90% de violencia. El título de ambas cintas son "La venganza de los punks" (1987) y es la continuación de "Los intrépidos punks" (1986), y que por motivos de censura aún no ha sido exhibida.

Todavía recordamos aquellas películas del Santo cuando se enfrentaba contra momias, brujas, vampiros, gno-



Productor cinematográfico Fernando Pérez Gavilán, el luchador Octagon y yo durante la filmación de la película " Lucha a Muerte "

mos y robots; toda una mezcla de terror y ciencia ficción en el cine de luchadores. Hoy en día, el espectador cinéfilo está ansioso de ver aventuras diferentes en la que sus "ídolos" del pancraccio culminen con la victoria; lógicamente el productor comienza a manejar un argumento especial para sacar adelante éste género y de esta manera Fernando Pérez Gavilán produce dos películas tituladas "Octagón-Atlantis, La revancha" (1991) y "Lucha a muerte" (1992); ambas cintas se caracterizan esencialmente por explotar y aprovechar al máximo la popularidad de los luchadores estelares como Octagón, Atlantis, Máscara Sagrada, momento oportuno en el que la pantalla chica los lanzó a la fama. Con la producción cinematográfica de TELEVICINE es evidente deducir que nuevamente el gran consorcio TELEVISA aprovecha audazmente la popularidad del pancraccio para realizar un negocio con los líderes de la pantalla grande y satisfacer los gustos del pueblo mexicano.

"El cine es un arte, pero también es industria y negocio" Miguel Contreras Torres.

## PRENSA

Las casas editoriales cuentan con sus respectivas oficinas en donde se aprecia una gran correspondencia del aficionado lector-demanda mercantil, los que hacen posible estructurar y jerarquizar una revista, en este caso de lucha libre.

El personal que está al frente de tal revista o periódico cuida de los detalles mínimos de su contenido, del equilibrio entre comentarios, noticias, crónicas, calidad fotográfica, los aciertos de la impresión, la ortografía de la redacción y la apertura informática comentada por la misma editorial, auténticamente democrática a todos los aspectos que integran éste mundo dinámico de la lucha libre y sus medios de difusión.

Una revista de lucha libre se mantiene vigente gracias a la demanda y solicitud del público lector, asiduo a su deporte preferido, el mismo público que también aporta ideas y cambios constantes para que dicha revista nunca caiga en una aburrida y absurda monotonía, por lo tanto, existe una colectividad por parte del personal de la editorial y el público, factores que determinan mues-

tras de objetividad, imparcialidad y todo lo que acontece en la lucha libre.

Sin hacer preferencias a ninguna índole de empresas, sin dogmatismos la idea fundamental es que si una revista de luchas se mantiene vigente después de sus cinco ejemplares consecutivos, se dice que ya pasó la prueba de fuego, por lo tanto su tiraje de circulación permanecerá por más tiempo y el público lector es al final de cuentas quien solicita y da el visto bueno al contenido de una revista especializada en el pancraccio. Por lo contrario, han existido diferentes publicaciones que desaparecieron y la causa ha sido porque perdieron vigencia y no supieron renovarse, no se preocuparon por satisfacer los gustos del público lector o definitivamente su estructura editorial no contaba con el personal calificado para impactar las páginas de sus publicaciones.

A diferencia de los periódicos que viven una esclavitud de la técnica ya establecida por sus parámetros, columnas limitadas y dependientes de otras secciones periodísticas - por eso y porque desde la automatización los patrones insisten en automatizar y



Primeras revistas de Lucha Libre

los obreros en rechazar las máquinas - la prensa ha dejado frecuentemente en atender a lo que es su razón de ser, aquello que individualiza a una publicación respecto de otra; el estilo y la ideología.

Los medios de información están aliados a la popularidad del deporte-espectáculo, su calidad y presentación perdurable que amerite la conservación y hasta la colección del ejemplar semanal o quincenal de la revista.

Existen ya en la historia, periódicos y revistas que son grandes pioneras de la crónica y la narrativa luchística que han dejado huella en sus páginas, enormes enciclopedias que han enriquecido su contenido para conservarse por siempre, archivos de

grandes leyendas que marcaron una huella imborrable en el pancracio mexicano.

Hacia el año de 1930, Alejandro Aguilar Reyes "El monosabio Fray Nano" fundó el diario periodístico LA AFICION cuyas páginas marcan testimonios históricos desde que la lucha libre se implantó el 21 de septiembre de 1933. Grandes cronistas, redactores y fotógrafos han desfilaro en ésta importante labor periodística del pancracio como Antonio Andere, Francisco Blanco, Rafael Reyes Nájera "Kid Alto", Tomás Morales, Armando Estrada, Manuel Avila, Luis Armenta, Fernando Arias, Agustín García, Felipe de Anda, Antonio Cuellar, Los Hermanos Valero Meré, Ricardo Morales "Candadito", Efraín Ca-

dena "Clavelito" entre otros más. Después de la AFICION surgió la PRENSA y con ella se comenzaron a cimentar las primeras revistas tales como SEIF, CLINCH, A-Z, HIT, PUNCH y BOX y LUCHA de la que ya se puede contar como una de las mejores revistas en cuanto a su calidad de notas informativas y porque siempre ha conservado la característica de su imagen la cual un sinnúmero de luchadores y aficionados se han identificado plenamente con ella.

## RADIO

La lucha libre, suceso eminentemente espectacular, pasa a convertirse en una de las grandes distracciones de nuestra época del fin del milenio. Un nuevo modo del ocio pasivo basado en la actividad ludo-competitiva de los protagonistas de la mass-media; se instaura en la sociedad de nuestro tiempo. Competencias deportivas de todo tipo entran ya en el engranaje central de las programaciones televisivas y de los intercambios entre países. Los comentarios alrededor de los sucesos deportivos acompañan al hombre, merced a la ubicuidad e instantanei-



Locutores de Radio Acir, el luchador Hara-Kiri durante un programa radiofónico de lucha libre.

dad del aparato de ondas hertzianas llamado RADIO.

Actualmente existen noticieros y programas de lucha libre en diversas estaciones de radio en toda la República mexicana; tan solo en el distrito federal, el sistema radiópolis XEW transmite dominicalmente "Proyección deportiva" con el conocido locutor y cronista luchístico Dr. Alfonso Morales. El grupo Acir transmite semanalmente "1,2,3... sin límite de tiempo" con los locutores Wilfrido González y el luchador Hara-Kiri, así como también la XEB transmite desde las 5 de la mañana un ameno programa sobre el costalazo conducido por Ale-

jandro Orozco "Lobito"; las demás emisoras aunque no tienen un programa establecido acerca del tema, al menos han realizado comentarios especiales como el que desarrolló RADIO UNIVERSIDAD el sábado 20 de abril de 1991 en el programa "Golla deportivo" que incluso estuvo presente el polémico referí GRAN DAVIS (Q.E.P.D).

Tanto los programas como las noticias luchísticas, abarrotan con profusa literatura y guiones auditivos que forman la estructura de por lo menos un espacio de media a 2 horas consecutivas; toda esa gran gama de espectacularidad en las ondas hertzianas, radiadas o emitidas

que permiten echar a volar la imaginación cuando tan solo se deja escuchar grabaciones de gritos, porras y rechiflas del público o la risa sarcástica de Pierroth, en fin. Las vicisitudes azarosas del resultado y la fácil inteligibilidad de la estructura radioactiva, hacen de la lucha libre el gran espectáculo de mayor audiencia radial para el ocio pasivo del gusto popular.

# CAPITULO 4 EL RECURSO DEL ARTE POPULAR Y LAS DIVERSAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN LA LUCHA LIBRE

## LA LUCHA LIBRE EN EL ARTE

Existe una relación en la disciplina, armonía y estética entre la lucha libre y el arte, primordialmente con la pintura y la escultura, pues hay una enorme intención cultural y social de dichas expresiones artísticas.

El arte en general tiene comparado con la ciencia un carácter de función interna.

Es él, una fabulosa adaptación al medio y vive entero de irrealizar, de trastocar y de fantasmagorizar el mundo exterior. Por lo mismo, suele haber más vitalidad en el artista que en el científico, en el empleado o en el comerciante.

Las personas exentas de sensibilidad y atención para el arte, esto es, los filisteos quienes son reconocibles por un singular anquilosamiento de todas aquellas funciones que no son su estrecho oficio y es que falta en él, la potencia fundente y efusiva del arte que mantiene siempre despierta la fluidez psíquica, azuzándola en todos los sentidos... ¡ alerta y vivaz !



Obra artística del pintor Sergio Arau

como la lucha libre misma.

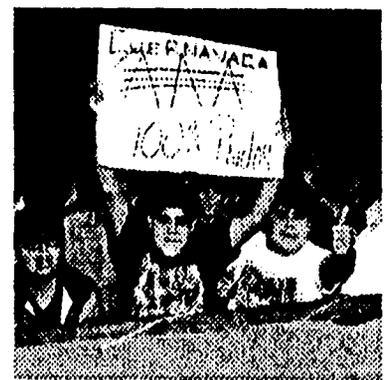
## EL LENGUAJE POPULAR-ARTE URBANO

México posee un enorme acervo cultural increíble, fruto de una gran historia en tradiciones y costumbres; el mexicano muestra una incomparable capacidad creativa totalmente empírica, a veces innata, para dar respuesta a todas las actividades que desarrolla a lo largo de su vida.

El campo de la comunicación no es la excepción; si definimos a la misma, como la transi-

ción de un mensaje de un punto a otro usando cualquier medio que capten nuestros sentidos, nos podremos dar cuenta que ésta actividad es prácticamente infinita, es así como encontramos una forma libre de comunicación cotidiana, salida de una escuela espontánea y franca, donde lo que se aprende, no es más que lo que la realidad nos enseña.

En el ambiente de la lucha libre existe ésta forma de comunicación llamado Lenguaje Popular, en donde también interviene la cultura lógicamente popular también, la cual es todo un complejo sistema de símbolos de identidad que el pueblo ha creado y preservado a lo largo de su existencia.



El lenguaje común del pueblo, Comunicación Popular

guaje, ya sea verbal, visual o auditivo, y éstos a su vez vienen a conformar la comunicación popular; es así como de éste contexto, surge una forma de diseño gráfico que involucra a éstos dos aspectos la cual está presente y es claramente identificable en un segmento de nuestra sociedad, entonces el diseño gráfico y popular es el lenguaje común del pueblo, emanado de su cultura y que forma parte de su modelo de comunicación. El ambiente de la lucha libre está constituido por lo que llamamos "populo" por su gente y los barrios populares, para después ser codificados y plasmados por los rotulistas, dibujantes, impresores, en fin, que sin pasar por una academia o institución universitaria, tienen ya la capacidad de crear por medio de un diseño, un mensaje univer-



Diversidad de Arte Popular

sal para las masas populares quienes se hacen partícipes del mismo, reteniéndola en su memoria para ser recordada e identificada cuando la necesidad y/o el gusto así lo requiera.

Ese gusto por la lucha libre es también tema de creación de artistas y artesanos que recrean tantas representaciones como imaginación puedan tener, valiéndose de la inventiva popular urbana, reproducen luchadores en los más diversos materiales y tamaños, máscaras, llaveros, rompecabezas, calendarios, alcancías, playeras, etcétera, que son las posibilidades de poseer a sus ídolos y transportarse a un mundo de fantasía, donde también se puede ser héroe; otros maestros del pincel y del cincel quienes producen verdaderas obras del arte urbano popular, grandes reliquias del pancracio nacional.

### LA HISTORIETA DE LUCHADORES

El lenguaje popular en la lucha libre se manifiesta en las más diversas formas y entre ellas no podía faltar lo que llamamos la caricatura o historieta.

Antes que nada entenderemos como dibujo a la representación o

reproducción de cualquier cosa en una imagen la cual es hecha a mano utilizando lápiz, plumilla o cualquier otro instrumento que contenga tinta. Del dibujo surge la caricatura, la cual consiste en una forma de representación espontánea y grotesca que se basa en la exageración y ridiculización de los rasgos físicos de una persona o animal, utilizando un lenguaje común para un sector del público que en éste caso es el popular.

Se dice que la historieta en México tuvo una decadencia absoluta, por la escasa imaginación de dibujantes y la falta de recursos del material de impresión.

Los temas han servido a la sociedad desde su inicio como tal, se ha usado para protestas políticas y sociales, sátiras, burlas a la misma sociedad que los ha reflejado.

De esas historietas mexicanas, surgieron algunas publicaciones que trataron de crear un universo nacional de héroes identificados por el pueblo popular. Los representantes de esa nueva corriente fueron los Luchadores, quienes más que héroes fueron denominados superhéroes, personajes que se han encontrado en todas las mitologías, y la cultura

de masas les ha dado un lugar primordial dentro de la literatura o el lenguaje popular de la lucha libre mexicana.

Hay un personaje original y representativo que ha dado lugar a toda una corriente y una gama bastante amplia de imitadores, a un público fanático capaz de seguir y festejar sus grandes hazañas; éste es...Santo, el enmascarado de plata.

Por el tiempo en que la lucha libre entraba a la televisión - en la década de los cincuenta - José G. Cruz el maestro del arrabal, editó la historieta del Santo, que más que otra cosa era una fotonovela color sepia, elaborado bajo la técnica del fotomontaje con materiales primitivos como lápices carboncillo,



Historietas del Santo por José G. Cruz



Viñeta tradicional por Flores Velarde

grafito y tinta china.

Los episodios se hicieron tres veces a la semana y tenían un costo de 80 centavos por ejemplar. Alcanzaron un tiraje por edición de más de 500 000 ejemplares.

La euforia por el luchador de historieta dio una alza en la industria del rotograbado y posteriormente Editorial Suen lanzó los capítulos de Gori Guerrero, Cavernario Galindo, El Angel guardián de Xochimilco, Black Shadow y Blue Demon. Manuel del Valle realizó las historietas del Médico Asesino, en fin, todos éstos ejemplares ya se podían admirar en sus páginas multicolores, aunque el papel y el contenido permanecían aún en muy baja calidad; por ejemplo, en el argumento se saturaba demasiada ficción,

cuando la realidad de los luchadores era más impresionante y completamente diferente. Sin embargo han existido algunos caricaturistas que han hecho magníficos dibujos y viñetas humorísticas a luchadores populares como Jerry Mercus, Charro Aguayo, Maravilla enmascarada, entre otros. Hoy en día, Antonio Cuellar, Francisco Arreguín, Roberto Torres y Tony dan el toque auténtico de imaginación y creatividad visual al mundo del pancracio nacional.

Editorial Ejea y su "sensacional de luchas", semanalmente realiza un tiraje de 350 000 ejemplares, la leyenda de Blue Demon que en su momento tenía un tiraje de un cuarto de millón.

Por estadísticas en encuestas realizadas, cada ejemplar la leen en pro-



Cartón humorístico actual por Tony

cuestas realizadas, cada ejemplar la leen en promedio de cuatro personas lo que nos dice que quincenalmente la historieta es leída por un millón de personas; el público lector es de millones de obreros, estudiantes, amas de casa, secretarias, niños, quienes la leen en cualquier lugar como en el metro, casa, oficina, tienda, etcétera.

Las aventuras del Perro Aguayo, Lizmark, Rayo de Jalisco, Tinieblas, entre otros, ocupan el atractivo visual que divierten a las masas populares.

Los temas aunque todavía muy tediados, ha mejorado por lo menos la calidad y creatividad de los dibujantes como las caricaturas de Jis y Trino con los dos pícaros volúmenes de "Santos contra la Tetona Mendoza", en

cuanto a la excelente calidad de material que utiliza el humorista Tony son plumones importados, aerógrafos, pinceles automáticos, etcétera, aunado a las mejores máquinas de impresión y calidad de papel como el couché satinado, incluso la elaboración de su tiraje es mucho mayor.

Las historietas y fotonovelas de luchadores son publicaciones dedicadas a divertir a las masas populares sin importar si transmiten o no, cultura.

### EL MATERIAL LUCHISTICO- PRODUCTO DE MERCADO

A propósito del tema anterior, Irene Herner manifiesta en su libro "Mitos y monitos, historietas y fotonovelas de

México", la siguiente declaración:

"La industria editorial mexicana lanza al mercado cada mes, alrededor de 70 millones de ejemplares de esos valores de cambio; los mexicanos - pueblos de analfabetos y semi-analfabetos - gastamos casi cerca de 2 400 millones de pesos en comprar monitos, clara representación de la industria de la cultura. Historietas y fotonovelas forman parte del mundo del arte y el comercio, integran un poderoso instrumento de diversión y distracción de control y dominación ideológicos: los mitos al gusto del consumidor y el interés de la empresas productoras y distribuidoras".

"Las historietas y fotonovelas son un universo de papel efímero y contemporáneo. Buscan la uniformización de criterios y participan de las leyes del espectáculo actual. Como medios masivos de comunicación, rara vez se independizan de los cánones formales y de contenido que los caracterizan, ya que éstos están íntimamente ligados a las formas y a los contenidos de la realidad social. Sus contenidos diseminan por el globo de valores morales, intelectuales y religiosos de la burguesía



Jis y Trino y sus caricaturas humorísticas e irónicas de Lucha Libre

poderoso instrumento de control y de dominación ideológico, mediante el cual se garantiza la sobrevivencia y el desarrollo cotidiano del gran capital que utiliza todos los adelantos técnicos y científicos a su alcance para crear a través de una extensa variedad formal un contenido fundamental: el de perpetuar y reproducir la sociedad de consumo".

Como toda industria, la lucha libre requiere de materia prima y del producto que sale al mercado como en todos los sectores de la sociedad mercantil. En la lucha libre las relaciones están estructuradas por la razón del sistema de beneficios. El tráfico de mercancías y sus consecuencias socioculturales influyen en todas las manifestaciones y también penetran en el deporte, en este caso con la lucha libre tan arraigada en nuestro país.

Tanto en la economía como en el deporte, los sujetos humanos se reducen al servicio de una maximización del rendimiento limitadamente racional de magnitudes cuantitativas. En la racionalidad del negocio capitalista, el hombre solo aparece como una magnitud variable en el cálculo de probabilidades de

ganancias y beneficios. En la racionalidad de la lucha libre, aparece como "material luchístico" en el cálculo de probabilidades de triunfo que también se convierte en probabilidades de beneficio.

Todo luchador apto en la plenitud de su personalidad y capacidad física, se considera, según a juicio de los empresarios, promotores, comentaristas de televisión y en todos los medios publicitarios, como absolutamente insustituible, pero siempre se ha encontrado el reemplazante que cumple su papel en forma completa y satisfacer de ésta forma los gustos de las masas populares.

El luchador como verdadero deportista, cumple su función de vender una auténtica imagen que será a final de cuentas un "producto de mercado" en la consideración de un público consumidor. Mediante un acuerdo estructurado, ya sea bajo un contrato o promoción del sistema de negocios por lo que el luchador debe pensar siempre que su cuerpo es instrumento imprescindible de trabajo y que cumplirá su responsabilidad de acuerdo a su estado y capacidad física y mental "El mate-

rial luchístico" en la industria del comercio se ha ampliado en gran medida a numerosos objetos y servicios, impulsando la creación y utilización de los personajes de la lucha libre en historietas, en una gigantesca cantidad y variedad de juguetes, golosinas, ropa, artículos escolares, deportivos y decorativos, etc. Productos capaces de inmortalizar a los ídolos del público popular.

Es importante señalar como éstos personajes de la fantasía han sido explotados comercialmente no sólo a través de la historieta, sino en una infinita gama de artículos que invaden el mercado y las vidas cotidianas de los fanáticos del pancraccio, convirtiéndose así en seres cercanos a ellos. El mismo efecto se produce a nivel artesanal, cuando los personajes los vemos convertidos en piñatas, alcancías, máscaras, llaveros, etcétera.

Los medios de comunicación tales como la radio, cine y la televisión siempre han aprovechado esa oportunidad y realizar un gran negocio, esa gran aventura a la comercialización y explotación de personajes, "ídolos populares" de la lucha libre.

## EL GRAN NEGOCIO- LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

Hoy en día la lucha libre ya no es un juego que representa un fin en sí; es un sector del mundo de los negocios. Se invierten millones y millones de pesos en las Arenas y locales, los equipamientos o los propios campeones. La administración de las actividades deportivas, pasa a tener la importancia de la gestión de otros organismos económicos.

La mayoría de los sectores de la sociedad se estructuran, según el principio de la búsqueda del beneficio, la circulación y la valorización de las mercancías, del dinero y del capital integran todos los ámbitos de la sociedad actual, y penetran a si mismo, es la totalidad del sistema deportivo que se ve inserto progresivamente en las mallas del sistema capitalista hasta el punto de no ser más que un simple anexo funcional del mismo.

En un sistema tal, en el que todo adquiere visos de mercancía, los propios atletas no han tardado en transformarse en "productos vivientes" en objetos de transacciones comerciales o

de operaciones publicitarias, lo que sucede en todo el orbe de los espectáculos que en resumen son los valores deportivos sometidos al fetichismo generalizado de la mercancía que se ha apoderado de toda la sociedad actual. En el mercado luchístico, los valores de los luchadores se ordenan jerárquicamente porque la bolsa de los valores deportivos consagra una jerarquía de los diferentes protagonistas, es así como el valor de mercancía de un luchador es inmediatamente expresado por su notoriedad pública que él se afana por valorizar y del que quiere sacar el mayor partido.

Una de las motivaciones ideológicas más poderosas de la competencia deportiva es la búsqueda de la notoriedad (gloria, renombre, taquilla, éxito, prestigio) es decir, ser conocido es un poderoso estimulante individual y colectivo; también sobre ésta notoriedad especulan, la promoción-prospección deportivo-comerciales, se esfuerzan en la actualidad por convertir el valor deportivo en valor monetario, gracias a la cotización de los atletas, de los luchadores en éste caso, en el mercado de los resultados.



Campana publicitaria de la  
Lotería Nacional

Siendo todo comercio en éste jugoso mundo del gran negocio, el luchador está inserto de acuerdo a la época y el momento, en el mercado la oferta y la demanda. Esclavo de él, sí... pero libre para aceptar lo que más convenga a su interés cuando su valor estable le permite escoger entre ambos recursos.

## CAPITULO 5 CAMPO DE TRABAJO EN EL MEDIO EDITORIAL

### EL AMBIENTE LUCHISTICO Y SU LENGUAJE ESCENICO

La lucha libre se perfila hoy por hoy como una de las manifestaciones más representativas de la cultura popular de México.

Las Arenas - alrededor de 187 en todo el país - reciben anualmente a más de 71 millones de aficionados seguidores de una máscara, un ídolo, una leyenda, un héroe que en el fondo representa el ideal de ser de cada uno de sus admiradores; aficionados que no tienen edad definida.

En la Arena México, por ejemplo, se encuentran familias enteras, niños, ancianitas - como la ya famosa Virginia Aguilera - estudiantes, oficinistas, obreros, comerciantes, etc. Todo un espectro social heterogéneo que dirige sus miradas al ring, lugar donde se disputa la milenaria lucha del bien y el mal, personificada en rudos y técnicos.

El espectáculo sin embargo, comienza desde afuera... revendedores, pepiteros, artesa-

nos, en fin, miles de personas que directa e indirectamente están inmiscuidos en el pancracio.

El lugar siempre ha sido lo de menos y siempre han existido llenos completos desde los primeros años en que se introdujo la lucha libre en México que inclusive las presentaciones eran esporádicas y que algunas veces solo sirvieron para complementar el espectáculo en los teatros Colón, Arbeu y Tívoli, en los que los luchadores hacían gala de su fortaleza al enfrentarse contra gigantes y fenómenos de toda índole.

Hasta 1925, surge la primera Arena constituida exprofeso para encuentros luchísticos y se llamó Arena Tívoli. A partir de entonces, surgieron otras como la Nacional, la Degollado, la Modelo, la Libertad, la Azteca, la Triánón, la Guadalupe y la Peralvillo.

En 1933 se inauguró la famosa Arena México, más tarde en 1943 apareció la Arena Coliseo, ambas constituyen las más importantes del pancracio. La Arena México es una majestuosa construcción que cubre a más de 17 000 per-

sonas, leyenda que resistió las presiones para derruirla, pasando las más peligrosas pruebas de seguridad en la que la llenaron con costales de tierra calculando su cupo completo.

La Arena Coliseo surgió en 1943 en la calle de Perú 77 - Centro Histórico de la Ciudad de México, urdimbre cultural que convoca a la población de los barrios citadinos de la Lagunilla, gente humilde pero de gran corazón humano. La Coliseo da cabida a un cupo de 8000 personas en un espacio de 1130 metros cuadrados.

Lugares cabalísticos, santuarios del grito y la pasión, tópicos sagrados del arte y la magia luchística... catedrales del pancracio nacional. Con la connotación específica de la lucha libre también se asimila una gran variedad de valores culturales como "el gusto popular" por la música tropical, las ferias, los palenques, coronaciones de reinas, en fin; toda una identificación absoluta con un medio social. Estos elementos se esparcen y difunden a partir de un origen, sus valores se transmiten a tra-

vés de las costumbres populares. Algarabía, verbena, fiesta colectiva donde semana a semana se reúnen en las Arenas, espacio común de convergencia social. Lugar mágico cuyo ambiente trasciende el recinto y lo encubre varias cuerdas a la redonda al conjugar el trabajo de entrenadores, luchadores, anunciadores, referís, diseñadores de vestuario, periodistas, fotógrafos, vendedores, acomodadores, taquilleros, cronistas, etc, quienes logran reunir el conjunto que conforma el ambiente luchístico. Con el lenguaje escénico, se da la razón principal de porque la lucha libre es llamada también un deporte espectáculo.

Cambia su nombre, su ropa, como un sacerdote de un antiguo rito... pone una máscara en su rostro y la metamorfosis se realiza. Del vestidor al ring, asume su rudeza o su técnica...el mito se recrea.

Animales, dioses, elementos naturales o seres mitológicos, atletas que enriquecen su técnica y se convierten en los personajes elegidos para revivirlos, transformando el deporte en acontecimiento escénico.... dicen que los luchadores no se golpean ni se azo-

tan... que todo es de a "mentis", que son "puros cuentos" ... que son unos farsantes, en fin. No en balde miles de horas entrenando, repitiendo llaves, saltos, caídas, golpes... entrenados para saber caer, preparados para saber caer, preparados para el peligro, para enfrentarse a su peor rival ... la muerte.

Es teatralidad, más no farsa... pues están habilitados en la gestión adecuada y acorde a su personaje, flexibilidad anatómica y belleza muscular. Sin embargo, el médico atestigua graves fracturas, golpes, luxaciones, etcétera.

Por eso el luchador es algo más que un deportista, es el protagonista de un espectáculo que maravilla y enaltece a su público... un público cómplice y partícipe de los mismos hechos escénicos donde utilizan el mismo lenguaje, los mismos cuestionamientos y reflexiones, capaz de enfrentarnos con nosotros mismos y nuestras circunstancias... nos da un espejo para vernos, nos otorga un personaje para identificarnos.

La teatralidad de la lucha libre se pone de manifiesto con la obra literaria y escénica del famoso dramaturgo

Víctor Hugo Rascón Banda "Máscara contra caballera", y Francisco Ignacio Taibo II como fiel representante de la novela trágica en "Amorosos fantasmas" donde profundiza y narra los conflictos ciudadanos de las masas, sus personajes enmascarados inmiscuidos en una maraña de sueños y realizados de la vida misma.

El hecho escénico es conflicto, lucha de contrarios, de poder, lugar donde se sustenta en una concepción de la sociedad de movimiento, considera las condiciones sociales como procesos y las capta en sus contradicciones. El encuentro entre rudos y técnicos es la representación entre el bien y el mal, confrontación que no se reduce a un enfrentamiento simplista, sino a una necesidad mutua para existir. Polos opuestos que cada uno contiene los gérmenes potenciales que dan existencia y sentido a la lucha libre.

El escenario... el ring... llegó el momento, la gente ubicada en sus lugares, se escuchan gritos, silbidos, aplausos, porras, mentadas; esperando la salida de su ídolo favorito... se espía en los vestidores, se apaga la luz, por fin sale

majestuosamente ataviado, desbordando un flujo mágico que transforma al que lo mira, a un mundo de imágenes y movimientos donde el luchador, su personalidad, su vestuario y hasta el menor de sus movimientos envuelven el rigor técnico-deportivo para gestar un evento que trasciende los límites de la Arena y del Gimnasio... deportistas que dejaron olvidados los pants y van extraordinariamente ataviados y recubiertos por los símbolos de la máscara, la cabellera, el cinturón, la capa o la chamarra... vuelos aéreos, caídas, llaves, saltos mortales sobre y fuera del ring que le permiten lucir la agilidad y flexibilidad de sus cuerpos, posibilidades que solo se adquieren en el esfuerzo cotidiano del entrenamiento y otorgan una cualidad más a la lucha libre... la acrobacia como despliegue de fuerza y elasticidad.

Pero la magia y el colorido de la lucha libre no termina ahí...

El taller del vestuario... chaquira, lentejuela, licra, gabardina, seda, piedras de fantasía, lana, algodón, son materiales con los que trabajan auténticos artesanos urbanos que diseñan y realizan el vestua-

rio que arropa a los ídolos del pancracio.

No solo trabajan y se reducen al corte y confección de un vestuario, sino al crisol de colores que glamourizan las noches del espectáculo, que delinean y dan forma al personaje que encarna al atleta corporizado.

Máscaras, capas, chamarras, botargas, calzones y zapatillas diseñados exprofeso para la materialización y el significado del personaje elegido, en donde cada elemento empleado le va dando su carácter y forma. Diseñadores del vestuario... magos de la tela y la creación que ejecutan no sólo un equipo, no solo un traje, sino verdaderos cuadros vivientes en los que el color y la textura otorgan la espectacularidad y todo un lenguaje escénico del singular y majestuoso mundo de la lucha libre.

### **EL FENOMENO** **SOCIAL-ENCUESTAS** **Y ENTREVISTAS**

Tan arraigada en la idiosincrasia del mexicano, como las películas de charros y el box, la lucha libre ha alcanzado el rango elevado preferido de las masas populares.

A partir de 1933 y hasta nuestros días, éste deporte ancestral se ha nutrido de las más diversas y contrastantes actitudes de sus principales representantes: los luchadores profesionales, ésta especie de semidioses del Olimpo; nadie puede dudarlo, constituyen el alimento de la imaginación de millones de niños, millones de padres de familia, de los amigos, de grandes compadres, de los abuelitos, en fin. Toda una enorme colectividad humana quienes de alguna manera forman parte del fenómeno social de la lucha libre.

Catalizador y unificador, la lucha libre unifica a las familias por lo general, marginadas o de la clase media-baja.

Todo está listo, la familia entera se ha conglomerado frente al televisor o en una Arena de "barriada", la lucha da comienzo, las caídas se suscitan una tras otra, topes, llaves, saltos mortales. Los cronistas siguen la acción espectacular, imprimen emoción en cada rebote o golpe; tal pareciera que en cada caída dejan la vida, pero se levantan como superhombres... ahí están, siguen cayéndose y levantándose como también lo hace ese mismo

público espectador todos los días, pese a los impuestos, los bajos salarios, la falta de empleo, las enfermedades, la contaminación... la familia entera clama i grita los temores han desaparecido, todo sigue siempre igual, aunque la cruda realidad es otra, en la economía, en la política, pero al fin y al cabo ellos no les importa. Sus ansias y frustraciones han desaparecido... "su luchador favorito" sigue vivo, campeón, triunfante, lo demás es lo de menos.

Una encuesta practicada a los jóvenes aficionados a la lucha libre revela el gran impacto e interés que está despertando entre las clases populares llamadas también por Néstor García Canclini, clases subalternas, ya que mientras los jóvenes de altos recursos económicos, la lucha libre es una especie de "curiosidad social" nada más, y entre los jóvenes de escasos recursos constituye todo un evento, un escape o catarsis, un misterio... un rito social.

Refugio de los marginados, de los desposeídos, en fin. La lucha libre se ha convertido en un catalizador alienante donde el ser humano encuentra una verdadera terapia para vencer el

estrés y las tensiones que lo atosiga; después de la función, todos salen relajados.

EL PSICOLOGO RAFAEL CORDERO advierte que:

"El interés de las televisoras por llevar éste espectáculo a las mayorías, consiste precisamente en el hecho de que constituye una fuga, una manera indirecta de canalizar el descontento de la población frente a la crisis y las carencias económicas. Las mujeres incluso, para algunos siguen siendo un sector explotado y del que se abusa de manera desigual; al estar presenciando la lucha libre sufren una especie de transformación física, pues segregan cierta substancia de descarga llamada adrenalina que sirve como catalizador de sus frustraciones".

LA PEDAGOGA LIDIA FRANCO dice al respecto:

"Los espectáculos agresivos, como en este caso la lucha libre, son una especie de válvula de escape para dejar salir emociones reprimidas, como es la frustración ante la pobreza, la falta de oportunidades para mejores niveles de vida y en general, las actitu-

des agresivas que comúnmente llevamos dentro, es por ello que la lucha libre lo mismo gusta a los niños que a los ancianos o a las mujeres, pues constituye una forma de transpirar el enojo, el coraje y la agresividad que por falta de cultura, educación o simplemente por incapacidad, son difíciles de manifestar de otra manera".

LA SOCIOLOGA CATALINA GOMEZ da su punto de vista y dice:

"En su mayoría, gente de escasos recursos, a falta de héroes y líderes reales que motiven, formen una opinión y establezcan un liderazgo, la población busca sus propios esquemas, crea sus propias figuras, y eso es parte de lo que estamos viviendo en éste mo-



Mujeres gritando en las arenas.

mento, en el que la crisis económica y social no ha cedido. La afición al rudo deporte forma parte de un desahogo. No obstante, que las fugas sociales en éste sentido son prácticamente inofensivas; el peligro radica en que ese tipo de aficionados se transformen en una especie de fanatismo, sobre todo en las generaciones más jóvenes incluyendo a los más afectados que son los niños".

EL PROFESOR GUILLERMO ACEVEDO del Instituto de Investigaciones Estéticas de la UNAM hace referencia a un estudio que realizó durante el periodo de transmisiones de lucha libre por televisión 1990-1991:

"No existe tal fenómeno de aglutinamiento, sino una manifestación más de la invasión cultural y económica que estamos teniendo en los Estados Unidos y al igual que muchas otras cosas, no es algo realmente nacional, es imitación de lo que acontece en el país del dólar, en donde no sólo se lucha sobre la arena para exculpar frustraciones y corajes, sino que se revuelven en el lodo, sobre superficies gelatinosas, como una

especie de purificación de culpas de reconocimiento de falta de valores, de escrúpulos, de identidad; ahora que todos los valores universales están cambiando, la población inconsciente, la que no comprende nada de lo que ocurre, se siente confundida, busca trasponer esas carencias y llevarlas a otros campos en éste caso a la lucha libre que ciertamente es un fenómeno social como lo fueron en su tiempo y con sus proporciones los salones de baile que eran especies de fuga. Esa clase específica de gente prefiere las luchas, en las que existe el despojo, la violencia, esa gente que a la vez se mezcla entre las clases elitistas, las hegemónicas y que sin piedad ni justificación alguna, son discriminados, despojados y desposeídos de la realidad absoluta de nuestro país, como lo es México".

"Hoy la gente de razón se escandaliza ante el concepto de la lucha libre, aún cuando sólo se trata de conjeturar alrededor de ella. Al negarse a comprenderla, a gozarla, a participar en el rito, subraya su infinita soledad cultural"

FELIPE EHERENBERG

Mucho se ha publicado y comentado en todos los medios de comunicación acerca de los luchadores consagrados que han dejado huella en la historia del pancracio nacional. Aquellos luchadores que de alguna manera se han sabido ganar el cariño, el apoyo y la confianza del público entero, principalmente el mexicano que se ha caracterizado por ser un público eternamente fiel a su ídolo y estar en la mejor disposición para gritar a los cuatro vientos que nunca dejará que su ídolo se venga abajo.

Hasta el momento todo ha girado en torno al PÚBLICO que sigue paso a paso la carrera de su "favorito", ya sea éste del estilo rudo o técnico. Pero ahora abordaremos el tema de LOS CLUBES DE ADMIRADORES DE LOS LUCHADORES, un tema que no ha sido tratado, y que sin embargo, desempeña un papel muy importante dentro de la carrera profesional de los luchadores que los mantiene en la cima más alta del éxito, cuando son bien manejados.

Un CLUB generalmente desempeña labores para apoyar a su ídolo, realiza campañas altruistas, sociales y mantener una estrecha relación

más directa entre luchadores y admiradores o aficionados. Incluso también mantienen contacto con gente de todas las provincias de la República Mexicana.

Adjunto a este estudio de investigación, un reportaje que me llevó a conocer un interesante punto de vista o panorama real acerca del luchador-artemarcialista OCTAGON, así como también la gente que de alguna manera se ha visto influida de muchas formas, especialmente las adolescentes y los niños.

OCTAGON ha sido el luchador más popular y más polémico en lo que respecta a ésta nueva época de oro de la lucha libre profesional, por lo tanto ha sido criticado por muchos medios y también ha sido ejemplo de grandes y chicos.

Daré por concluido este capítulo con la opinión o diferentes puntos de vista del público, admiradoras y niños acerca del luchador de grandes polémicas... OCTAGON.

MARTHA ISELA ANDRADE MENDOZA (24 años) Secretaria Ejecutiva.

"Octagón anteriormente luchaba con otro nombre y quizás en ese entonces no sabía nada de lucha libre, pero hoy en

día ha aprendido mucho de los verdaderos luchadores. Es un señor taquilla y los promotores lo solicitan mucho porque saben que con él llenan su Arena y lógicamente ganan dinero".

BEATRIZ HERMENEGILDO MARTINEZ (25 años) Vendedora de productos naturales.

"A Octagón lo ha ayudado mucho la televisión, sin embargo él mismo ha demostrado tener buenos recursos luchísticos".

JOSE LUIS CERVANTES (32 años) Médico Cirujano.

"Octagón es carita, por eso llama mucho la atención a muchas damas y niños, pero en realidad no sabe luchar y se queda corto al lado de un Blue Panther o Villano III, pero al promotor le conviene contratarle porque es popular y ni modo".

ARTURO BRISEÑO (9 años) Estudiante de Primaria.

"Yo junto todos los posters de Octagón, me gusta su máscara y como lucha, cuando acabo mi tarea siempre me pongo a dibujarlo, también cuando sea grande me

gustaría ser como él, muy fuerte para defenderme de todos los malos".

ARACELI SOLIS BAZAN (21 años) Recepcionista.

"Octagón al principio era lo máximo para mí, pero cuando lo conocí personalmente me di cuenta que hay mejores luchadores que él. Si sabe luchar, pero ahora con tanta fama que tiene, para mí se me hace inalcanzable".

GRISELDA ORTIZ (42 años) Lavandera y ama de casa.

"¡Ay dios!, pues que más quisiera para quitarme los años y tener 15 o 20 para poderlo conquistar, pero ni modo, está bien guapo, mejor ojalá que le haga caso a mi hijita, y así lo voy a querer mucho como mi yerno... (risas)".

LUCIA VAZQUEZ GALICIA (21 años) Empleada.

"Tuve la gran oportunidad de conocer a Octagón en persona, ya sentía que estaba soñando, las manos me sudaban y las piernas me temblaban cuando lo vi entrar a las oficinas de las ruedas de prensa de la AFL-



El Luchador Octagón asediado por fanáticos.

CIÓN, mi primera ilusión era conseguir un autógrafo de él y recuerdo que me costó mucho trabajo obtenerlo... conforme el tiempo fue pasando, mi imaginación y mis ilusiones comenzaron a volar cada vez más alto... y creo y siento... (le corren las lágrimas por las mejillas)... que ahora

que he despertado a la realidad... me doy cuenta que Octagón nunca será mío, porque simplemente nunca se fijará en mí".

" Es conveniente que todos los admiradores de cierto ídolo pongan los pies sobre la tierra, primero que nada para que comprendan que a

las personas en las que pusieron su cariño, son seres humanos de carne y hueso y con sus limitaciones, que en la vida hay cosas más importantes y otras que no lo son tanto, y que la admiración a los reyes del espectáculo y del deporte pertenece a la diversión y ésta está en la parte baja de la escala de valores, no quiero decir con esto que no tengamos nuestras preferencias, sí podemos tener nuestros ídolos, pero también es conveniente que no vivamos en un mundo de fantasía aislándonos de la realidad. Por ejemplo sabemos que Octagón es un buen luchador, admirémoslo, sigamos su ejemplo de superación profesional, pero hasta ahí".

Bernardo Ortega.

## ENCUESTA GENERAL

### PERFIL SOCIAL DE PUBLICO ASIDUO A LA LUCHA LIBRE

EDAD	SEXO	PORCENTAJE
menores de 13 años	masculino	55%
13 - 17 años	masculino	25%
25 - 45 años	masculino femenino	15%
mayores de 45 años	masculino femenino	5%

### PERFIL PSICOLOGICO

Ven programas de lucha libre por televisión semanalmente .....	81%
Asisten a las funciones de lucha libre en las Arenas .....	43%
Compran revistas de lucha libre .....	40%
Escuchan por radio programas de lucha libre .....	36%

### NIVEL SOCIOECONOMICO

A/B	ALTA	11%
C	MEDIA	24%
D	BAJA	65%

### ORDEN DE PREFERENCIA

Están a favor de la lucha libre .....	72%
Están en contra de la lucha libre .....	17%
Son indiferentes a la lucha libre .....	11%

# PERFIL DE LA TRIPLE "AAA"

**L**a señorita Olga Zamora Miguel, nació en el, D.F. y actualmente busca titularse en Comunicación Gráfica, por tal motivo está realizando exhaustivos estudios sobre la Lucha Libre mexicana, un tema que casi abarca sesenta años por lo que se refiere a la profesional. En su tesis además nos habla de los primeros encuentros aquí realizados en el pasado siglo, y de los intentos para implantar este deporte en México. Cuando Olga inició este proyecto nunca se imaginó que el tema fuera tan amplio y que tuviera tal arraigo popular. Al recopilar el material para la tesis, se dió cuenta de que la Lucha Libre ha estado ligada con la vida nacional, con el cine mexicano, las revistas, los periódicos, las historietas, y el cartel como medio publicitario para llamar la atención de las clases populares. Por su gran interés enfocado a nuestro deporte consentido le deseamos éxito futuro en su interesante carrera universitaria.

Bernardo Ortega.

Dejamos a la consideración de nuestros lectores esta entrevista que realizó Olga a uno de los elementos más populares de nuestro deporte.

## PERFIL DE LA TRIPLE "AAA"

Máscara Año 2,000 responde con veracidad acerca del perfil que atraviesa actualmente la Empresa Triple AAA, así como de sus experiencias vividas dentro de la misma.

Es satisfactorio para mí decir que la Lucha Libre Mexicana ha dado un giro de 180 grados, totalmente diferente a lo que se había establecido durante muchos años y actualmente con la nueva creación de la Triple AAA de la cual se siguen esperando muchas sorpresas más; ya que el compromiso y el reto que se ha forjado el Lic. Peña -líder de la Empresa- es enorme. Pues gra-

cias a su constante creatividad la Lucha Libre ha comenzado a vivir una nueva etapa que ha abierto nuevas páginas en la historia de este apasionante deporte.

Mucho se ha comentado acerca de la Triple AAA, los que están a favor de esta Empresa opinan que ya era hora de que nuestro pancrasio rompiera con la tradición, que se había quedado por mucho tiempo estancado, pues para la mayoría de la gente ya se estaban volviendo muy tediosas y aburridas las funciones de lucha libre antes de que el Lic. Peña se inmiscuyera en el manejo de los encuentros. Los que están en contra de las modificaciones opinan que al perderse la tradición, también se pierde la esencia real del pancracio y que por lo tanto la Triple AAA durará poco tiempo como sucedió años atrás con la Empresa del Pavillón Azteca, que dirigía el señor Moisés Zárate, en fin...

En este momento preciso ustedes podrán enterarse de lo que MASCARA AÑO 2,000 manifestó sobre la TRIPLE AAA.

### ¿Cuál es tu punto de vista acerca de la Triple AAA?

"La Triple AAA es un nuevo concepto, y se pretende llevar nuestra lucha a todas partes de la república y del extranjero, para que todos los medios de comunicación y las diferentes clases sociales conozcan el verdadero panorama de nuestro deporte".

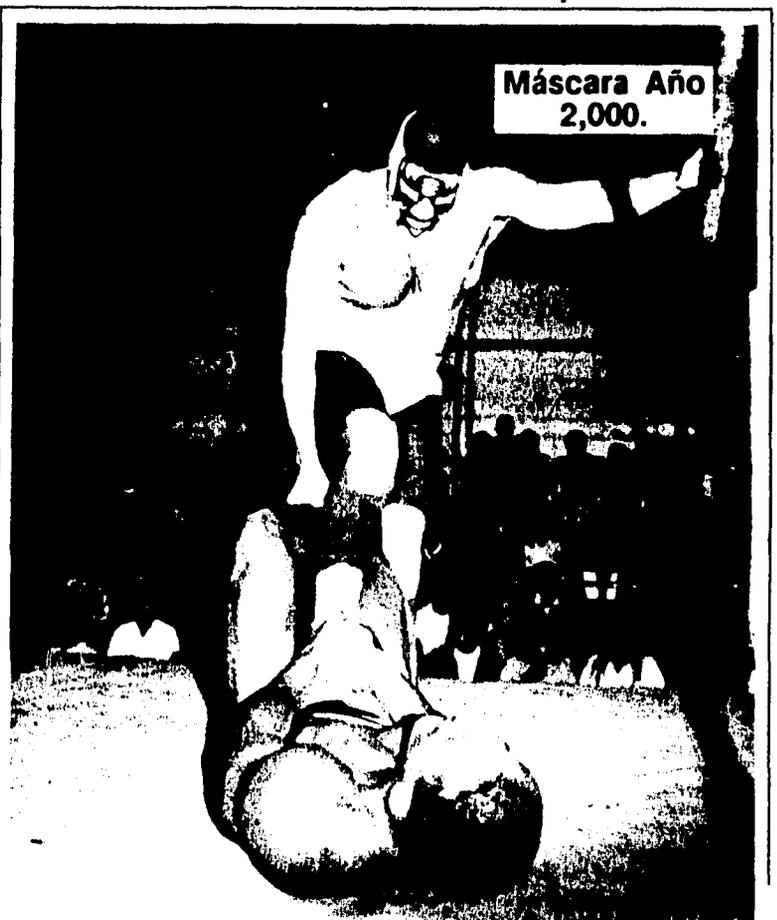
### ¿Qué experiencias y que deficiencias has encontrado en la Triple AAA con respecto a la otra empresa?

"Aquí mi responsabilidad es mayor, ya que tengo que pulirme más, entrenar mucho en el gimnasio para ofrecer al público algo mejor, también la verdad aunque aquí trabajo menos, gano mejor".

### ¿A que crees que se deba que la T.A. esté mejorando la situación de los luchadores y del gremio en general?

"A que existe una excelente integración por parte de los programadores, anunciadores, réferis, luchadores y todos los empleados con el nuevo gremio sindical que dirige actualmente el Justiciero".

### ¿Cuáles son las claves principales para que una Empresa como la Triple AAA se mantenga firme por mucho tiempo?





La señora Olga Zamora Miguel durante la entrevista que le hizo a Máscara Año 2,000.

"La única clave que yo conozco es Antonio Peña que tiene un cerebro increíble, para transformar y desarrollar el concepto de la Lucha Libre".

**¿Hasta que grado te ha beneficiado o te han afectado las críticas buenas y malas que se han publicado acerca de tí?**

"Todas las críticas son buenas, ya que de cualquier manera se están fijando en uno y que les interesa mi desempeño dentro y fuera del ring, y pienso que aún las destructivas en nada, absolutamente en nada me perjudican".

**¿Cuál es tu punto de vista acerca de la lucha libre femenil?**

"Mis respetos para ellas, pues afortunadamente vivimos en un

país libre donde podemos elegir a lo que nos queremos dedicar, ¡Bien por todas las luchadoras!

**¿Seguirán surgiendo nuevas rivalidades en la Triple AAA aparte de las ya conocidas?**

"Claro que sí, ya te diste cuenta de que últimamente entraron en pugna Máscara Sagrada y mi hermano Universo 2,000, y seguramente vendrán otras, probablemente hasta más peligrosas, eso no lo dudes".

**Si el público te exigiera que cambiaras de estilo y te volvieras técnico aceptarías el reto?**

"¡Ahh caray!... pues tardaría un poco en pensarlo en meditarlo, pero si se llegara ese momento A LO MEJOR SÍ".

**¿Crees que pueda existir una buena organización y que se identifiquen plenamente los luchadores independientes que se han unido a la Triple AAA?**

"Mira, los luchadores entre nosotros nunca tenemos ningún problema por nuestros orígenes, ni tampoco creo que exista nunca. El problema está entre las competencias de las tres empresas".

**¿Si la Triple AAA fracasara y estuviera en tus manos salvarla, qué harías?**

"Tomaría el mando inmediatamente, tan sencillo como ahora decirte, sería el jefe de la Empresa, pero en la realidad eso está muy difícil que suceda porque está muy bien constituida, ni por motivos de gremio y mucho menos por la integración de otros luchadores con los nuestros".

**¿Que piensas de la elaboración de una tesis profesional sobre la Lucha Libre?**

Todos los luchadores estamos orgullosos de que cada día se tome más en cuenta el tema de la Lucha Libre y principalmente la mexicana que es la mejor del mundo, yo en lo personal te felicito porque hayas elaborado tu tesis profesional tomando como tema este auténtico y enigmático deporte.

Una amalgama de elementos de las diferentes Empresas mexicanas integran TRIPLE AAA.



## Si perdiera la máscara me retiraría de la Lucha Libre...

**N**uevamente llega a nuestras páginas la señorita Zamora Miguel ahora con una entrevista a Octagón en su centro de trabajo.

La Triple AAA ha demostrado que va en ascendencia por el éxito que ha obtenido en las funciones de Lucha Libre, y para no basarme en comentarios ajenos fui personalmente a percalarme de los hechos.

Me dirigí a las funciones de Querétaro y Puebla y observé a los aficionados que miraban fascinados el Deporte Espectáculo y la gran organización de todos los que participaban en sus funciones.



El artemarcialista triunfador observando desde el pasillo, esperando el momento oportuno para entrar al ring.

Yo siempre asistí a las giras artísticas de Meccano, Soda Stereo, y de Alejandra Guzmán entre otros, porque lógicamente los recorridos por las poblaciones son la mejor forma de crear imagen a un artista o a un grupo musical... pero lo que no me había imaginado es que también se podían llevar a cabo giras luchísticas y en este caso muy especial la Triple AAA ha generado un nuevo con-

14

# OCTAGON



Octagón sobre su más terrible rival, Fuerza Guerrera castigándolo

cepto dentro de la Lucha Libre mexicana, ampliando las fuentes de trabajo y haciendo que nuestro deporte sea conocido quizá dentro de muy poco tiempo internacionalmente.

Octagón nos da sus puntos de vista acerca de la Triple AAA, explicando de manera concreta las tres bases fundamentales que tiene dicha empresa para lograr trascender en la historia luchística de nuestro país.

Ahora tratando de quitar la máscara al conocido luchador de la Merced.



Aplicando la "de a caballo" Octagón al extraordinario ruido de la Candelaria de los Patos: Fuerza Guerrera, observa las máscaras de los dos, están desechas.

•••

1.-La Triple AAA / EL LUCHADOR.

"En la Triple AAA las puertas están abiertas para el luchador o luchadora que desee unirse a nosotros. Al licenciado Peña únicamente se le ha ocurrido la gran

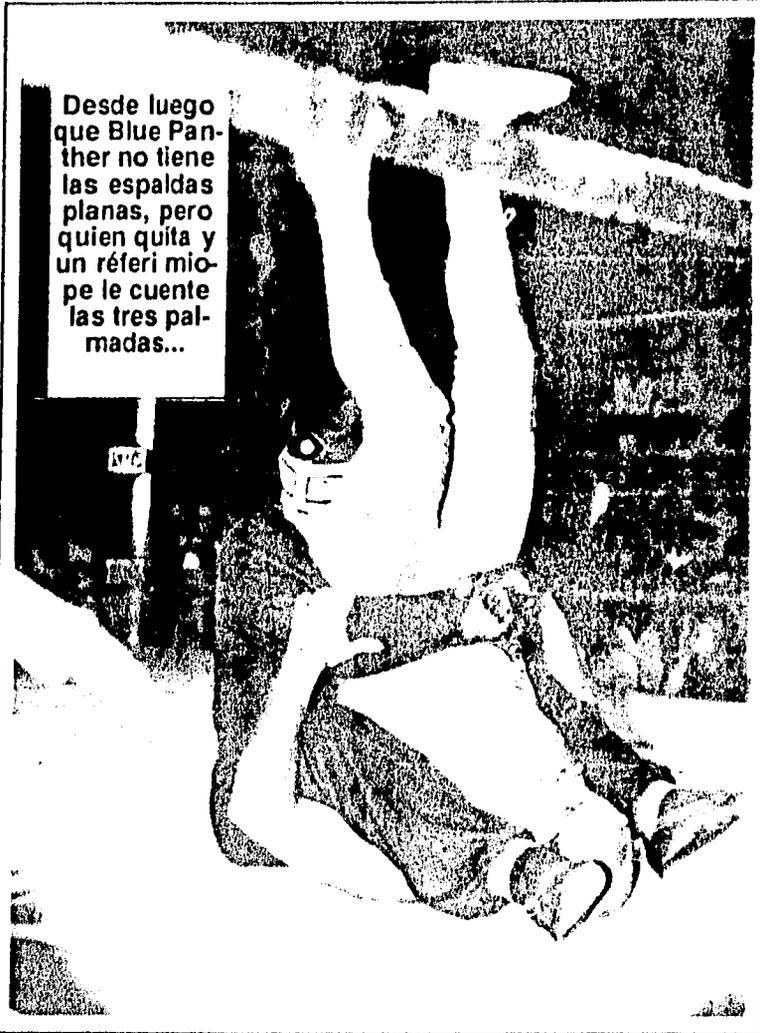
**"Aunque ocurra un suceso extraordinario que me obligue a seguir luchando sin máscara, de plano no lo haría... porque yo tengo mi profesión de Licenciado en Derecho y tengo que estar preparado para regresar y ejercer nuevamente mi carrera".**

idea de conformar en su elenco, reuniendo en cartel estelar a los consagrados con los preliminares. Tu ya te diste cuenta que la Parca hace equipo al lado de Fishman y con esta muestra te está indicando de un sólo golpe que la Triple AAA confía plenamente en la capacidad de todo aquel luchador que desea triunfar al lado de los consagrados".

2.-La Triple AAA / EL PUBLICO.

"El público está viendo las funciones de Lucha de una forma totalmente diferente, con diversos

Desde luego que Blue Panther no tiene las espaldas planas, pero quien quita y un réferi miope le cuenta las tres palmadas...



encuentros; mientras la gente está presenciando el espectáculo también goza de un local cómodo y con un ambiente de seguridad. Antes al público de provincia casi se le hacía imposible vernos luchar en vivo o por televisión. Dentro de la Triple AAA nosotros mismos estamos conociendo otros terrenos, un público diferente y se ha logrado que todos tengan la oportunidad de vernos luchar y convivir directamente con nosotros.

### 3.-La Triple AAA / LA ORGANIZACIÓN.

"Primero que todo está la cabeza que es el Lic. Peña que es una persona dinámica que ha dado un concepto totalmente diferente



Octagón poniendo sobre la lona al rudísimo Pierroth.

•••



Olga Zamora la autora de este artículo entrevistando a Octagón.

a la L. L. Es muy importante que en toda Empresa exista la -competencia- porque ella te motiva a salir adelante y te obliga a ofrecer lo mejor de tus logros. La Triple AAA a pesar de ser una Empresa nueva cuenta con la creatividad y la inmensa capacidad del Licen-



Octagón aplicando una quebradora al Negro Casas.

•••

ciado Peña y con un elenco de luchadores consagrados. Ten por seguro que es muy difícil que fracase la Triple AAA porque cuenta con gente de gran capacidad.

Efectivamente, Octagón ha demostrado que a la par que la T.A. ha mejorado su calidad como deportista, mostrando una evolución muy depurada sobre el ring. Hago la liel aclaración que las notas que estoy transcribiendo no son palabras huecas, sino el resultado de un profundo estudio de investigación en Tesis Profesional. Incluso el mismo Octagón se mostró bastante interesado en la elaboración de mi tesis, por lo que me pidió le concediera una plática posterior para abundar sobre el tema. Por el momento también Octagón nos explicó con lujo de detalles la forma en que se ha desarrollado su nueva historia luchística.

### LAS RIVALIDADES.

Ya cuento con nuevas rivalidades como la de Blue Panther, ha nacido otra con La Parca y otro ejemplo más con Fishman que es

## OCTAGON

un elemento con una gran trayectoria luchística y yo creo que para la gente sería muy interesante presenciar encuentros, mano a mano, de campeonato, en fin, entre Fishman y yo. Luchas que le gustaría ver a la gente que quiere ver retos nuevos, yo creo que esta Empresa tiene todos los recursos y todos los medios para hacerlo".

### EL CAMPEONATO.

"El Campeonato nacional medio que ostento, gracias a mi esfuerzo y preparación lo he podido conservar por mucho tiempo, tú ya te diste cuenta que en la Arena Apalaco defendí hace poco tiempo, el 27 de junio- mi campeonato ante Fuerza Guerrera. Es una satisfacción para mí mencionarlo ya que es un logro más dentro de mi carrera".

### LA MASCARA.

"Yo siento que el papel que estoy haciendo como OCTAGON ha sido bueno y positivo, la gente me ha apoyado y me ha brindado su confianza, yo creo que en el mo-



16 Villano III y Octagón posando para la cámara de "Mi Lucha".

•••



Octagón volando sobre El Hombre Bala

mento en que perdiera la máscara estaría defraudando al público que me ha apoyado, entonces definitivamente me retiraría de la lucha libre... Aún así aunque ocurra un suceso extraordinario que me obligue a seguir luchando sin máscara, de plano no lo haría... porque yo tengo mi carrera profesional, yo soy Licenciado en Derecho y tengo que estar prepa-



rado para regresar y ejercer nuevamente mi carrera".

### EL CAMBIO DE ESTILO.

"Como Octagón siempre me he regido por las artes marciales, y es una disciplina que va muy de acuerdo con el personaje de Octagón, definitivamente Octagón nunca va a ser rudo".

### LA SEPARACION DE OCTAGON Y DEL ULTIMO DRAGON.

"Bueno, lo que pasa es que yo invité al Último Dragón a que viniera con nosotros y él consideró que el futuro de su carrera está en la Empresa Coliseo. Yo respeto el punto de vista de cada quien, porque yo creo que todos tenemos derecho a buscar nuestro bienestar, y si él considera que su futuro está allá, pues bueno que le eche las ganas como yo se las estoy echando en Triple AAA.

Antes de dar por terminada esta entrevista Octagón nos dió dos interesantes primicias (antes que a cualquier otro medio) sobre sus planes futuros.

1.-Ha comenzado a filmar su segunda película que se había titulado "El Robo del Museo" o "Lucha a Muerte" y que aún no se decide el título definitivo, producida y dirigida por Fernando Pérez Gavilán; personalmente tuve la oportunidad de asistir a dichas filmaciones y me percaté que dicho argumento y escenografía supera en gran medida a la anterior película "La Revancha".

Dichas filmaciones se llevaron a cabo en el lago de Tequesquitengo, en la Arena Xochimilco, en el Ajisco y en algunas áreas capitulinas... Se esperan grandes sorpresas con este film, así que estén muy pendientes!!

2.-Muy pronto se dará a conocer la historieta especial de Octagón en una nueva faceta de la omágen artística y visual del "comic" de luchadores. Será hecha por la misma editorial que ha publicado las historietas de "Tinieblas" y otras muy populares".

Entrevista exclusiva realizada por Olga Zamora Miguel, licenciada en Comunicación Gráfica /Proyecto de tesis profesional "Lucha Libre Mexicana. Escuela Nacional de Artes Plásticas.- U.N.A.M. (D.R.)

## CAPITULO 6 EL CARTEL EN LA LUCHA LIBRE MEXICANA

### DEFINICION DE CARTEL

El cartel es un medio de comunicación visual que llega al público en forma rápida y directa, sintetiza una idea por medio de imágenes sencillas y textos breves, la presenta en colores atractivos que se apoderan de la mirada real del que pasa para concentrar por instantes su atención y transmitir un mensaje.

Otra definición más acertada en cuanto a cartel se refiere es:

El cartel es un medio de publicidad exterior por el cual se dan a conocer servicios, productos, eventos o movimientos de cualquier aspecto general. Invita a la acción y fija un mensaje en la memoria de quien lo percibe.

La mayoría de los carteles expresan un mensaje gráfico con una breve línea de texto (ya sea título de un evento o frase publicitaria). Imagen y texto deben ser capaces de llamar la atención y ser comprendidos inmediatamente. Este medio puede ser percibido por más de un transeúnte

a la vez; regularmente es impreso en papel para tener como soporte alguna superficie sólida, siendo su formato variable. La función principal del cartel es informar y comunicar ideas.

### CARACTERISTICAS GENERALES

a) Es un medio masivo de comunicación que transmite mensajes visuales sobre aspectos sociales, culturales, políticos y populares.

b) Es un pliego u hoja de papel donde se presenta una idea por medio de la combinación imagen-texto.

c) Se pega sobre un muro o sobre una superficie lisa para que permanezca expuesta al público.

d) Es un mensaje que se capta instantáneamente produciendo un gran impacto visual, atrae las miradas de los que incluso no están interesados en ello.

e) Es de larga duración dado que permanece en un sitio fijo por un tiempo determinado, éste hace que siga comunicando su mensaje a nuevos espectadores y siga

influyendo sobre los que tienen la oportunidad de verlo varias veces.

f) Es el medio de comunicación de más bajo costo, por lo tanto se requiere imprimir un mínimo de 1000 ejemplares.

g) Los procedimientos para reproducir carteles de mayor uso son los de serigrafía y offset.

### ORIGEN DEL CARTEL

Uno de los medios de comunicación gráfica más importante por su fuerza expresiva y estética es el cartel.

A finales del siglo XIX-1870 aproximadamente, el cartel cobró gran auge en Francia y su desarrollo fue posible gracias a la litografía inventada por Alois Senefelder en 1798.

Jules Cheret fue el primer cartelista que empleó la litografía dándole un sentido artístico a su trabajo ya que se inspiraba en murales de Tiépolo, en la pintura francesa del siglo XVIII y en los diseños populares de los circos y ferias, creando escenas que demostraban su gran talento y maestría utilizando de 3 a cuatro piedras diferentes; ya



Cartel Cheret Carnaval 1894  
A Theatre de l'opera

entre 1866 y 1900 Cheret produjo cerca de 1000 carteles, consideró al cartel como un excelente mural artístico y no necesariamente una forma de publicidad sin embargo le confirió al cartel su carácter popular otorgando su arte al servicio del pueblo, convirtiéndolo en una galería de arte en la calle.

Otro gran cartelista francés le fue Henri de Toulouse-Lautrec, considerado como el padre del cartel moderno.

Lautrec acentuó el estilo de Cheret describiendo en sus carteles la vida nocturna en los cabarets parisinos.

El cartel ha estado presente en las diferentes corrientes artísticas como el Art Nouveau, Cubismo, Expresionismo, Surrealismo, la Bauhaus, etcétera.

Los anuncios públicos de los enormes carteles tienen una larga historia cuyos orígenes se remontan a la antigüedad; no obstante es más realista iniciar el estudio de su evolución con un ejemplo más reciente como el primer anuncio impreso aparecido en Inglaterra, obra de William Caxton (1477). En el siglo XVII. En Francia se prohibió colocar anuncios sin permiso previo. Luis XV ordenó en 1761 que los establecimientos franceses colocaran sus muestras paralelamente al muro y pegadas a él como medidas de seguridad, con lo que se anticipó a la cartelera. En 1869 empiezan a aparecer los carteles de Cheret para encontrar un pequeño anuncio en el que se apunta ya el diseño nue-



Henri de Toulouse Lautrec  
Reine de Jolie, 1892



Edouard Manet Le Chats, 1896

vo y sobrio que será después la característica esencial del Cartel. Edouard Manet muestra en su obra "Champfleury Les Chats" una composición que la memoria retiene con facilidad porque consta exclusivamente de formas planas.

El cartelista Cassandre adoptó su propio lenguaje y lo aplicó al "Cartel publicitario" afirmando que el cartel había dejado de ser un objeto de exposición para convertirse en una máquina de anunciar.

El cartel en idioma popular tiene sus antecedentes con los primeros diseños pictóricos como las hojas volanderas del siglo XIX que trataban de las huidas de los criminales y que tienen su contraparte en la alegre publicidad



Cassandre "A Bucheron", 1923

circense, las ferias y las corridas de toros. De hecho, los carteles surgieron en parte de las ilustraciones de libros y en otra parte de la publicidad circense en las cuales es evidente la influencia de lo cómico. Inglaterra es quizás el país cuyo nombre se asocia siempre con el humor de los carteles a nivel popular que se aplicaba a numerosos campos aparte de la publicidad.

Durante los años veinte y treinta la viñeta del cómic y los dibujos animados se convierten en nuevas fuentes de influencias sobre el humor gráfico cuya repercusión sobre el diseño de carteles es patente. A partir de la década de los cincuenta se empleó mucho

el "humor negro" o "enfermo" (humor surrealista) plasmados en los carteles para cine y teatro. Las imágenes de los carteles se hicieron más agresivos durante los años sesenta; ese humor negro se manifiesta en el exterminio y guerras, de amor, de la vida y muerte.



Anónimo, Circo, 1864

El arte popular se concibe siempre en términos realistas, por un diseño objetivo y directo sin grandes preocupaciones estéticas, por una expresividad descriptiva, natural y sencilla.

En 1968 se produce en París un tipo especial de cartel en el Taller Atelier Populaire y consiste en el lugar idóneo donde se proyectan e imprimen carteles; todos los militantes, obreros, artistas, estudiantes, se reúnen para elegir entre los diversos diseños para los carteles y para discutir todos los problemas políticos.

Los carteles del Atelier Populaire tenían el impacto directo de la palabra y la imagen; toda la serie se mantiene dentro de las tradiciones del auténtico di-



Ateliere Populaire,  
Le Chentit c'est Lui!, 1968

seño de carteles. Al principio, el cartel surgió de una necesidad estética durante el auge de la publicidad, pero también necesitó de su carácter social, es decir, de ponerse en contacto directo con el público al cual va dirigido el mensaje y de esa manera adquiere su carácter popular y éste conlleva al nacimiento del cartel político, reivindicando así al cartel como medio no simplemente comercial, sino ideológico.

### EL CARTEL POPULAR MEXICANO

El cartel en México se desarrolló por medio de las primeras obras gráficas del arte popular mexicano que corresponden a los grabados y litografías del siglo XIX que de alguna manera han influido en la gráfica de nuestro país.

El artista yucateco Gabriel Vicente Gaona

quien firmaba sus grabados con el seudónimo de Picheta, fundó el periódico burlesco y de extravagancias que llevó por título "Don Bulle Bulle"; fue ahí donde surgió Picheta el grabador extraordinario que había de alcanzar fama y reconocimiento como gran artista crítico y satírico. Picheta ajusta su grabado al artículo que ilustra, incorporando imagen y texto en el cual hace crítica de la sociedad y el gobierno.

La litografía fue introducida en México por Claudio Linati; en 1825 estableció el primer taller de litografía y al año siguiente fundó "El Iris", periódico crítico literario, su mayor auge se da a mediados del siglo cuando este nuevo arte

invade libros, periódicos, revistas, música impresa e ilustraciones de carácter literario y político; campo en la que los caricaturistas desarrollan su creatividad e ingenio en sus viñetas peculiares. En cuanto a la caricatura se puede decir que surgió desde los días de Napoleón I a Fernando VII y su florecimiento va unido al de la litografía. Hubo caricaturas como las de "El gallo pictórico" que censura al General Santa Ana y en las que una absoluta libertad expresiva desata la fantasía Popular. Así surgieron caricaturistas como Santiago Hernández, Constantino Escalante, Villasana y otros. Casimiro Castro, J. Campillo, L. Anda y C. Rodríguez abordaron te-



## **LA TERRIBLE NOCHE**

Del 17 de Agosto de 1890.

*Ultimos recuerdos del Sargento 2º Zeferino Martínez*

José Guadalupe Posada, La Terrible Noche, 1890.

mas costumbristas como las posadas, el aniversario del 16 de septiembre, las corridas de toros, anexándose en algunos casos al texto informativo.

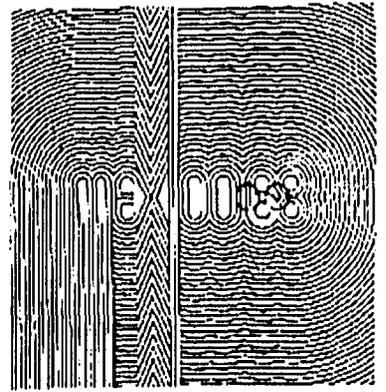
Hesiquio Iriarte, Hipólito Salazar, Plácido Blanco, publicaron en periódicos como "La orquesta", "La historia danzante", "El rasca-tripas", "El máscara", "El Ahuizote", que contienen espléndidas litografías y caricaturas que son pruebas fehacientes del ingenio y la fantasía mexicana.

José Guadalupe Posada trabajó en varias imprentas, publicaba en diferentes periódicos de carácter político como lo eran "El centavo perdido", "El Jicote", "El teatro", "El Boletín". Posada siempre fue capaz de convertir una noticia en invención plástica a través de un lenguaje rico y de una gran fuerza expresiva. Lo original en la expresión de Posada es su libertad frente al naturalismo, su "expresionismo" que es todo aquello alejado de los modelos naturales y por lo tanto más desgarrado y dramático; aborda temas como corridos, noticias impresionantes, canciones, la vida capitalina, la imagen del pueblo mexicano, acontecimientos relaciona-

dos con el progreso, la modernización y el sentimiento patrio, la expresión del sentimiento religioso, hazañas de héroes, de bandidos o aventureros, temas costumbristas como las posadas, día de muertos, etc.

En la década de los treinta el diseño artístico se manifestó en los trabajos de litografía a color de M. Caro, Romero y Juan Antonio Vargas Ocampo al que se le considera el creador de la Escuela Publicitaria Cinematográfica en México.

En 1937 surge el Taller de la Gráfica Popular, año importante en la vida política mexicana, y el pueblo lucha con el presidente Lázaro Cárdenas para reforzar la democracia y la Independencia. En dicho taller se producen gran cantidad de obras plásticas tales como grabados, litografías, carteles políticos, etc. Los artistas que conformaron el taller fueron David Alfaro Siqueiros, Santiago Hernández, Leopoldo Méndez, Raúl Anguiano, Alfredo Zalce, Pablo O'Higgins y muchos otros más. El Taller de la Gráfica Popular constituye un patrimonio vivo, palpante y artístico en donde crearon posteriormente el cartel cinematográfico.



Muestra Gráfica que sirvió para promover los XIX Juegos Olímpicos México 68

El cartel cinematográfico nacional comienza a cobrar mucho auge y en 1969 se creó una institución publicitaria llamada Procimex con la excelente colaboración de un equipo de ilustradores y diseñadores quienes impulsaron una nueva faceta del diseño gráfico, adoptando influencias del cartel polaco y europeo. Este equipo de colaboradores fueron Rafael López Castro, Carlos Pelleire, Rafael Hernández, Alberto Castro Leñero, Bruno López, Germán Montalvo, Capdevilla, Abel Quezada Rueda, Armando Villagrán, Vicente Rojo, entre otros.

La aparición del cartel contemporáneo en México surge a raíz de la Imprenta Madero y específicamente a la obra de Vicente Rojo quien la estableció en

1951, creando un estilo gráfico propio. Rafael López Castro se integra con Vicente Rojo y dan un impulso enorme al cartel cultural expresando que "el cartel, ante todo, debe cumplir su principio comunicativo".

En México existe una gran tradición en carteles populares y se manifiestan a través de la comunicación gráfica desde la caricatura política del siglo XIX hasta el surgimiento del Taller de la Gráfica Popular.

En 1968 se desatan dos hechos muy marcados en nuestro país y que trascendieron en gran medida la obra gráfica de muchos diseñadores; ambos sucesos históricos lo fueron la celebración de los XIX Juegos Olímpicos y el Movimiento Estudiantil de Tlatelolco y de esa manera se dan a conocer los múltiples carteles y volantes que manifiestan el pensamiento y diálogo del pueblo con el gobierno, la libertad de los presos políticos, etc.

Otro acontecimiento surgió en nuestro país desde 1933 debido a la introducción del deporte-espectáculo llamado Lucha libre, y es cuando se aprecia un tipo de cartel popular que, desgraciadamente no se le ha dado gran importancia,

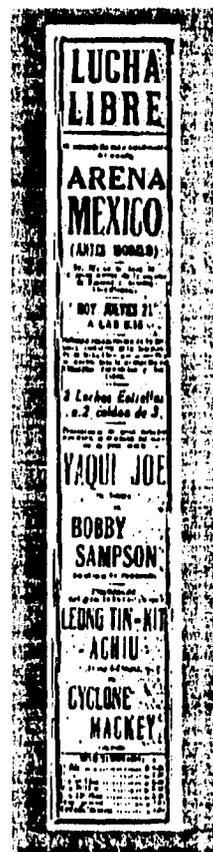
sin embargo el cartel de lucha libre en México también goza de tener una historia y se ha caracterizado por transmitir un mensaje inmediato a un gran sector del pueblo mexicano. Con el paso del tiempo el cartel luchístico ha evolucionado muy poco en su composición gráfica, pero hoy en día dicho cartel se encuentra en la era del cambio visual mismo proyecto que presento en ésta tesis en su capítulo final.

## CARTELES LUCHISTICOS

Desde el lunes 18 de septiembre de 1933, el primer programa de lucha libre ya aparecía anunciado en el diario periodístico "LA AFICION" del monosabio Fray Nano. Inmediatamente algunas personas se dedicaron a la labor de publicar la propaganda en los diferentes puntos de la Ciudad de México.

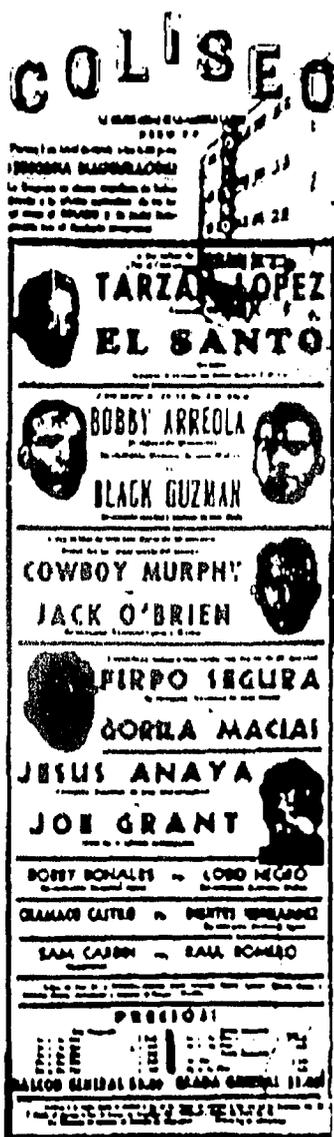
La propaganda consistía en pegar sobre muros y superficies planas un buen rollo de carteles con la ayuda de una brocha y engrudo de tal forma que pudiera ser visto con gran facilidad por infinidad de gente. El contenido del

anuncio era demasiado elocuente ya que su carácter tipográfico era muy llamativo por su tamaño. El mensaje para tal acontecimiento era por demás interesante ya que la gente al leerlo se mostraba curiosa por conocer y presenciar un encuentro de lucha libre, presentándolo por vez primera como la novedad del momento de aquella época; probablemente la razón fue que en ese entonces el mensaje del texto impreso impactaba más que la imagen gráfica. La imagen gráfica en los carte-



Primer cartel luchístico publicado en el periódico La Afición 21 de septiembre '33

les luchísticos comenzó a ser utilizado mediante los llamados "clichés" elaborados de zinc montados sobre madera. Un cliché se obtiene después de haber hecho un grabado en medio tono, línea o alto contraste de la imagen requerida, que son de los luchadores, logotipos o símbolos que enriquecen el contenido del cartel luchístico.



Primer cartel luchístico de la Arena Coliseo

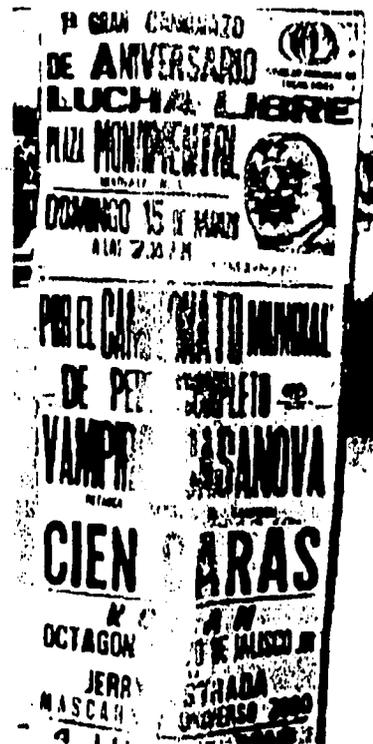
La Imprenta Juárez ha cumplido ya más de cuarenta años trabajando exclusivamente en la elaboración de carteles y volantes de lucha libre. Los iniciadores en esta importante labor han sido el Señor Guillermo Vélez Fabela y Joaquín Quezada; actualmente continúan trabajando Víctor Quezada hijo, Gregorio Vargas Arriaga, Eugenio Pacheco y José López.

Uno de los carteles que ha trascendido en la historia de la lucha libre ha sido el de la inauguración de la Arena Coliseo. En dicho cartel se aprecia una tipografía sencilla, rígida y compacta, aún no se utilizaba el color como recurso del impacto en su mensaje visual; sin embargo, los seis clichés distribuidos a lo largo de su espacio fueron más que suficientes para compensar la imagen del contenido tipográfico.

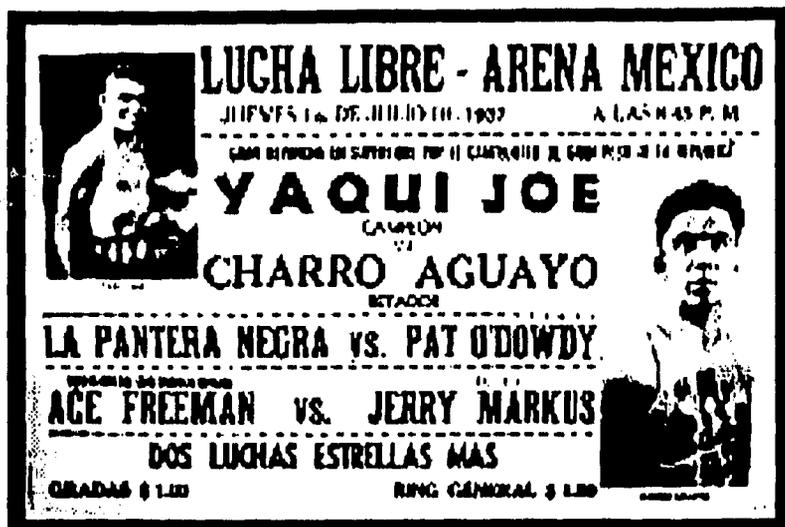
### ESTRUCTURA FISICA

El cartel luchístico está constituido por un programa.

Todo programa de lucha libre profesional debe ser presentado por la Empresa que lo promueve ante la H. Comisión de Box y Lucha Libre para su estudio, aproba-



ción y autorización en su caso. El programa debe ser presentado por lo menos con 5 días de anticipación a la fecha en que vaya a efectuarse la función. De acuerdo a un programa bien estructurado, se lleva posteriormente a la Imprenta Juárez para imprimir la cantidad de carteles que sean necesarios y mandarlos a distribuir, pegándolos en muros, postes, superficies planas y en los puntos más estratégicos donde la mayoría de los transeúntes "vean", "lean" y se enteren de forma inmediata del mensaje que está transmitiendo el cartel luchístico. El cartel luchístico debe contener los siguientes datos:



1. Lugar donde va a efectuarse la función.
2. Fecha y hora del mismo.
3. Nombre de los luchadores, comenzando de arriba para abajo desde los estelares hasta los preliminares. (éste es para los carteles que se imprimen actualmente en su formato vertical).
4. Tipo de lucha que se llevará a cabo. (mano a mano, en pareja, relevos australianos o tríos, batallas campales, etc).
5. Si está de por medio algún campeonato, apuesta de máscaras, cabelleras, trofeos, etc.
6. Número de caídas, es decir, a dos de tres sin límite de tiempo a una sola caída.

Las delegaciones políticas del departamento del D.F. conforme a su ley reglamentaria, no autorizarán ningún programa de lucha libre profesional, si la Empresa que lo promueve no

cuenta previamente con la autorización de la H. Comisión de Box y Lucha.

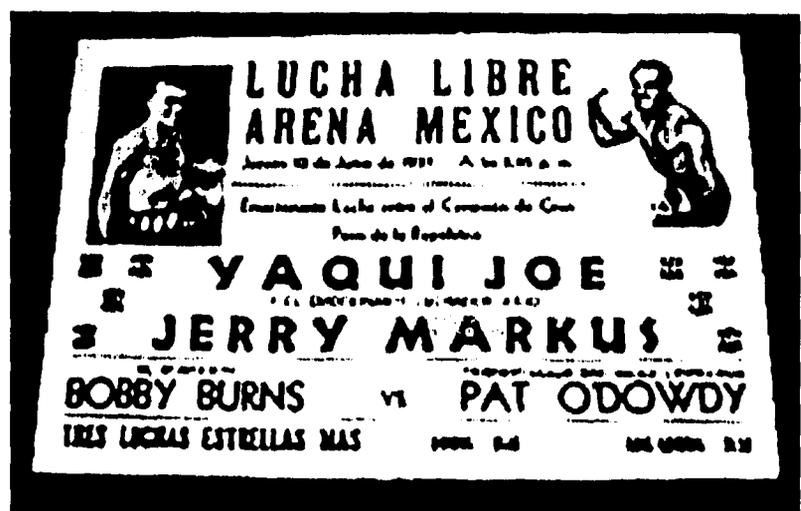
Los carteles que han hecho historia en el pancracio mexicano son los que se llevaron a cabo en la Arena México cuyos luchadores estelares eran Yaqui Joe, Charro Aguayo y Jerry Markus, con sus respectivos clichés colocados en la parte extrema del cartel. En aquella época prevalecía el formato horizontal, incluso se llegaron a imprimir muy pocos carteles como los antes

mencionados, ya que el tipo de papel que se utilizó para su elaboración fue menos económico que el papel que actualmente se utiliza (revolución).

Otros dos ejemplos son los carteles que presentan diferente estructura física y visual en el diseño de su contenido, aunque el formato sigue siendo el mismo (horizontal).

En el primer cartel se utilizaron 6 clichés los cuales se distribuyeron tres y tres en ambos extremos de su espacio, indicando el tipo de lucha que se llevó a cabo (gran batalla campal).

El siguiente cartel en donde se muestra que se llevó a cabo la lucha en la Arena Nacional, únicamente se utilizó un cliché colocado en la parte central de su espacio, y en sus extremos aparece la tipografía indicando los luchadores que efectuaron la función.



**LUCHA LIBRE-ARENA MEXICO**  
 ANVIS 906 ALIO EL 701 ALAS 909.M  
 GRAN BATALLA GENERAL DE LUCHA LIBRE  
 Cede Mokara y Caza Educares

	<b>Charro Aguayo</b>	<b>Ace Friedman</b>	
	<b>Yaqui Joe</b>	<b>Pantera Negra</b>	
	<b>Octavio Casana</b>	<b>Jerry Markus</b>	
	<b>Ray Durán</b>	<b>Pat O'Dowdy</b>	

---

**UN PRELIMINAR**

GRADAS \$1.00 KING GENERAL \$1.50

Los cuatro carteles antes mencionados solamente tienen algo en común, y es en cuanto a que se indica en la parte inferior del cartel el precio del boleto de entrada a la función y su respectiva asignación del lugar interno de la Arena ya sea si es ringside o asientos preferentes a \$1.50 y gradas \$1.00.

En los carteles actuales ya no se indican precios ni asignación de lugares, estos datos solamente aparecen en los volantes o propaganda de mano que distribuyen en las afueras de la Arena, elaborados en formatos pequeños, normalmente en tamaño media carta o medio oficio. El cartel luchístico se puede ver en las calles en vía pública, generalmente en las zonas de poblaciones pequeñas o en los muros de las ciudades más populares.

Canek, Tinieblas, el hijo del Santo, Atlántis y Octagón son algunos de los personajes que vienen a conformar el carácter del mensaje y que forma parte de un idioma popular.

La importancia del cartel luchístico radica en que es una muestra prototípica de la producción gráfica que anuncia eventos con características similares que tienen lugar en todos los territorios de nuestro país. El cartel de lucha libre por

ser un cartel popular de gran trascendencia en México, es necesario examinar y analizar la función económica de los hechos culturales, ser instrumentos para la reproducción social, la función política que abarca una misma hegemonía, las funciones psicosociales, neutralizando y elaborando simbólicamente toda una identidad.

Poco se ha dado importancia con respecto a la intervención gráfica del cartel en el ambiente luchístico. Los medios de comunicación influyen de alguna manera a las masas populares y que debido al gran auge por el que atraviesa el deporte-espectáculo, diversas campañas publicitarias comercializan sus productos poniendo como base a luchadores consagrados, dando a conocer ambos aspectos y abarcando a todos los

**LUCHA LIBRE Arena Nacional**

EL CIENTIFICO

**"DILLY" DAVIS**

VS

**LA MARAVILLA ENMASCARADA**

**SHEIK MAR-ALLAH**

VS

**Bull-Dog Campos**

---

**Poncho Aguirre**

VS

**Chief Arquette**

DOS LUCHAS ESTRELLAS MAS 3,200 GRADAS A \$ 1.00





Cartel luchístico con transeúnte en la vía pública

demás sectores o niveles de clase social (subalternas y hegemónicas).

El cartel luchístico forma parte en las tareas de difusión y comunicación desde el punto de vista del cartel comercial como también el tradicional o popular que están fielmente reflejadas bajo un lenguaje que un determinado sector del público identifica, aunque este tipo de cartel en su competencia con los demás medios de comunicación gráfica, se ha querido ver como secundario considerando que contrariamente a lo que se cree.

El cartel da un fuerte impulso, apoyando a todos y a cada uno de los medios de comunicación en una forma tan importante como cualquiera de ellos, porque el cartel tiene la cualidad de ser domiciliario, esto es, que adopta un espacio.

El cartel en la lucha libre forma parte de la información que nos transmite la emisión de mensajes de eventos populares, la iconología (estudio de los símbolos de una sociedad) inserta en las costumbres y tradiciones de nuestro país.

La información que transmiten los carteles

de lucha libre no necesitan persuadir al receptor, ya que están condicionados para ser percibidos con gran facilidad pues representan un medio de publicidad dirigido a las multitudes. El propósito de su mensaje es llamar la atención y dejar grabada la imagen en el transeúnte; el tamaño enorme de los carteles luchísticos permiten que su mensaje verbal y visual sea percibido a grandes distancias.

## ESTRUCTURA VISUAL

El diseño es la parte más importante en la elaboración de un cartel del movimiento que se le den a las líneas, formas y textos, del equilibrio en la composición y de la armonía. En la combinación de colores dependerá la efectividad de la transmisión e impacto del mensaje. Existen dos formatos diferentes en el cartel luchístico (vertical y horizontal), sin embargo, el cartel vertical ha sido el más funcional por tener una relación visual más acorde con la postura física del transeúnte que facilita más la lectura y transmisión del mensaje expuesto.

La imagen de un cartel debe tener las dimen-



siones adecuadas y estar colocado en el lugar que llama más la atención. En algunos casos la imagen es lo más importante en un cartel, pero en el caso de el cartel luchístico el texto es lo que siempre ha tenido más importancia y desde luego si se presenta la tipografía en sus diversos tamaños (puntos).

La imagen es un soporte de la comunicación gráfica que materializa un fragmento del mundo perceptivo (entorno visual) susceptible de subsistir a través del tiempo.

Toda imagen se caracteriza por su grado de iconicidad correspondiente al grado del realismo de una imagen con respecto al objeto que representa su grado de simbolismo o abstracción de la realidad.

La imagen de los clichés que se imprimen

en los carteles luchísticos pueden ser elaborados en fotograbado o en líneas figurativas o icónicas como en el caso de las viñetas o la caricatura de un luchador como se muestra en el ejemplo de un cartel tradicional en donde aparece un cliché humorístico del Charro Aguayo que inclusive su imagen gráfica abarca más el espacio del cartel que el mismo mensaje tipográfico o textual.

Hay otros dos ejemplos de esos carteles tradicionales de lucha libre de los que incluso también se imprimieron muy pocos.

En el primer cartel aparecen dos clichés diferentes, el del lado izquierdo fue elaborado con un fotograbado. En su composición tipográfica únicamente aparece la lucha estelar abarcando gran parte del espacio del cartel.

En el segundo cartel se distribuyeron ocho clichés alrededor de su espacio; es otra composición gráfica diferente, aunque su impacto visual al igual que los demás carteles tradicionales de lucha libre siempre han sido muy formales y simples e incluso demasiado simétricos cuya composición (imagen-texto) sólo se ha li-

mitado a ser distribuido a los extremos o en el centro del espacio que ofrece el cartel luchístico, sea éste de formato vertical u horizontal.

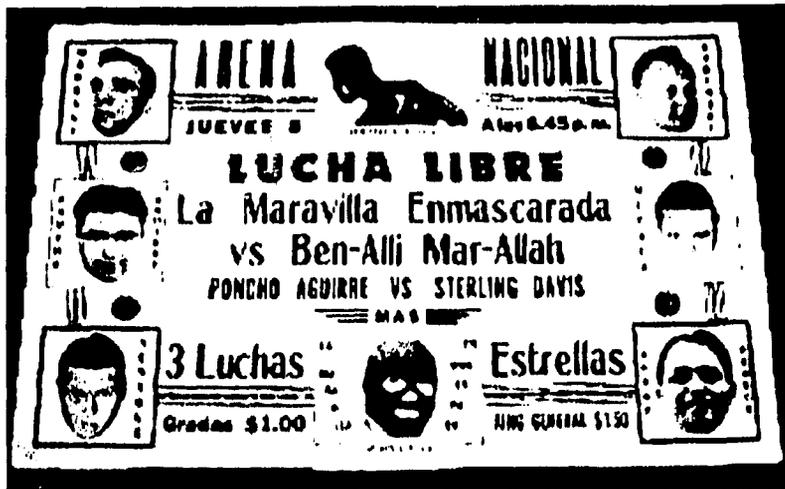
Los carteles luchísticos actuales tienen las siguientes características y la Imprenta Juárez procede a imprimirlos así:

1. Se forman en las tres ramas, el original completo del cartel cuyas medidas del formato son de 61 X 81 cms.

a) En la primer rama se acomodan los tipos (texto) que componen la lucha preliminar y la semifinal.

b) En la segunda rama se acomodan los tipos que componen la lucha estelar. Su tipografía aparece en tamaño enorme, es decir, con puntos mucho mayores que toda la composición textual. Esta característica tiene el propósito de darle gran importancia a la lucha más relevante de to-





das las demás que componen el programa de la función luchística.

c) En la tercera y última rama se acomodan los tipos que componen los datos del lugar donde se lleva a cabo la función, la fecha y hora indicada; así como también la imagen gráfica o visual como los clichés, grecas, estrellas, asteriscos o el logograma de la Empresa u organización que promueve dicho evento luchístico.

2. Cuando se ha terminado de armar el original del cartel, se procede a colocarlo en la prensa plana mecánica - marca optimus - imprimiendo en forma rápida una gran serie de pliegos de papel revolución con la mezcla de tres o cuatro tintas de la marca Benítez y Ajuria. Se utilizan tres pliegos de papel revolución para armar el cartel entero de lucha libre.

3. Cuando ya se ha terminado de imprimir la cantidad necesaria de carteles, se procede a doblar y acomodar todos los pliegos con su respectivo juego de tres que conforman el cartel entero.

Posteriormente se distribuye con el personal encargado para pegarlos en los lugares más estratégicos donde la mayoría de los transeúntes puedan captar el mensaje.

La Imprenta Juárez también elabora volantes o propaganda de mano con medidas de 1/8 impresos en la prensa de pie Chandler. En los peñeteros se colocan las cajas clasificando tipos - que en su mayoría son mayúsculas (altas) y en diversos puntos (tamaños), fuentes, asteriscos, líneas, interlíneas, estrellas, grecas, logogramas, clichés, etc.

## VENTAJAS DEL CARTEL LUCHÍSTICO

- Es el medio publicitario más conocido y visto por el público.

- Para vender con éxito se necesita anunciar bien por medio del cartel, ya que se informa masivamente el evento luchístico.

- La promoción de los eventos luchísticos tienen por ley la necesidad de anunciarse, por lo tanto, el cartel da a conocer y familiariza su mensaje con un idioma que identifica a un determinado sector del público.

- Una vez que con el cartel luchístico se da a conocer un evento quizás muy relevante, aumenta la demanda del público, obteniendo incrementos económicos para las Empresas u organizaciones que promueven dicho deporte y todo esto trae como resultado un gran prestigio y fama a los luchadores y sus promotores.

- Es posible que el riesgo que representa anunciar en la vía pública un cartel luchístico, por no poder generalizar el tipo de público que percibe el mensaje, desaparece cuando se tiene en cuenta que la información proporcionada

puede ser pésima para un sector, pero también la más idónea para otro sector del público generalmente de la clase media/baja.

- El cartel luchístico tiene un gran alcance en cuanto a su distribución por toda la ciudad y que por varios miles informarán a cientos de personas. Por lo tanto, si su mensaje logra un beneficio se multiplicará el público interesándose por asistir a las funciones de lucha libre.

- El cartel luchístico tiene su gran ventaja de

ser gratuito para quien percibe el mensaje y se informa de una función de lucha libre en la vía pública, lo cual no representa ningún costo extra, cosa que no sucede cuando se anuncia la misma función en otros medios impresos como revistas, periódicos con la ya conocida "cartelera semanal" o por medio de la radio y la televisión.

- Otro medio de anunciar eventos de lucha libre, son los conocidos volantes o propaganda de mano que por

lo general son repartidos antes de entrar a las Arenas.

Dichos volantes son obsequiados totalmente gratis o en la compra de un puño de pepitas las envuelven con esa propaganda de mano: lo cual ya es una tradición muy peculiar por los vendedores que se instalan en las afueras de una Arena de lucha libre.

# PROYECTO DE UN NUEVO CARTEL LUCHISTICO PARA LA EMPRESA "ASISTENCIA, ASESORIA Y ADMINISTRACION S.A. DE C.V."

## IMAGEN GRAFICA Y LOGOTIPO DE EMPRESA

La sociedad consumista del momento y el régimen de competencia entre corporaciones industriales, comerciales o bancarias han dado origen a un aspecto de diseño particular que contribuye a la creación de la imagen característica y de la identidad, lo más de acuerdo posible con los objetivos de una empresa, y a su vez, con las exigencias y aspiraciones de sus posibles clientes.

En medios en los que se desconoce el mundo de la publicidad, el mercado o los negocios, se puede decir que la imagen de una corporación viene dada expresamente por el símbolo o logotipo que establece su independencia respecto a otras de igual o diferente característica, es decir, por el signo gráfico que suele representarla y por el que visualmente es reconocida.

La creación del símbolo y el logotipo, es tarea del diseñador gráfico. El símbolo es una imagen gráfica que se

utiliza en lugar del nombre de la empresa, se diferencia del logotipo - estilo del nombre - en que este es una manera de presentar el nombre mediante un tipo de letra particular, característica que permite obtener una forma definida y visualmente interesante.

## INVESTIGACION DE DATOS REFERIDOS A LA EMPRESA

Los datos e informaciones son necesarios para enriquecer los conocimientos acerca de la empresa y su estructura general.

- Nombre completo de la empresa: Asistencia, Asesoría y Administración S.A. de C.V.



La actriz de teatro y cine Silvia Pasquel con el luchador Octagón

- Ubicación: México D.F. Concepción Beistegui #1702, Narvarte.

- Actividad que desarrolla: Organiza y promueve eventos de lucha libre.

- Origen y jerarquía: El jueves 7 de mayo de 1992 se dio a conocer ante los medios de información, la creación de una nueva empresa luchística llamada "Asistencia, Asesoría y Administración S.A. de C.V." llevando como líder principal al licenciado Antonio Peña Ferrada. Dicha empresa es también conocida como la Triple A y su logotipo se caracteriza por tener las iniciales AAA.

El principal objetivo de la empresa es innovar el espectáculo luchístico a través de la creación de nuevos personajes y elevar la proyección de esta ruda disciplina a nivel nacional e internacional. La Triple A cuenta con el gran apoyo de la empresa privada Televisa, por lo tanto, todas las funciones que se han efectuado en provincia se han transmitido por la vía de la pantalla chica, lo cual viene a reforzar aún mucho más la comu-



Campana Publicitaria de la empresa Triple A

nicación y el lenguaje visual de la lucha libre hacia otros sectores o niveles sociales.

- Características sociales que predominan en sus actividades:

Luchadores, promotores, comentaristas de TV y radio, público de todas las edades, estratos sociales generalmente de clase media-alta, incluso asisten a los eventos luchísticos intelectuales y personalidades del ambiente artístico.

La imagen escénica (iluminaria-efectos especiales-sonido) con que cuenta la empresa hacen de la lucha libre todo un espectáculo contemporáneo que el público ha considerado como novedoso y de un glamour impactante. La magia que transmiten los luchadores al hacer acto de presencia sobre el ring acompañados de relucientes edecanes

quienes se visten de manera similar y acorde al personaje que representa el luchador. El sonido brinda otra amalgama importante en la magia luchística que impera en la empresa, cuando el luchador o grupo de luchadores suben al ring, son acompañados por la música que dan características a su personaje idóneo y de esa manera el público identifica inmediatamente la entrada espectacular por ejemplo de el perro Aguayo con la marcha de Zacatecas.

En el aspecto cinematográfico, las recientes películas han sido editadas y producidas por Televisine y la relación que existe es que en dichas películas actúan en los papeles estelares los ídolos consagrados que integran la Triple A como el hijo del Santo, Máscara Sagrada, Octagón, Volador y Misterioso.



Verónica Castro durante un programa "Y Vero América Va" con luchadores Triple A.



Cristina Saralegui y los luchadores de la Triple A en sus programa de T.V.

Las campañas publicitarias, por mencionar algunos ejemplos:

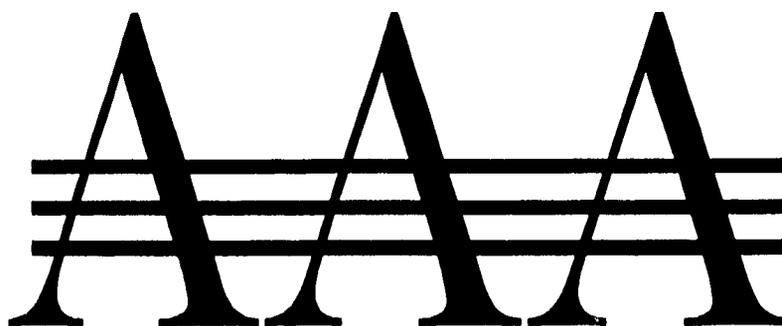
La marca de helados Holanda lanzó al mercado sus productos poniendo en sus empaques y envolturas a los ídolos de la Triple A apoyada la campaña por "spots" o comerciales para la televisión, así como también se hizo la promoción de los muñecos inflables, botones, calcomanías, calendarios y todo tipo de souvenirs de la Triple A.

En los programas televisivos (lógicamente de Televisa) no falta quien invite a los consagrados luchadores de la Triple A como lo han hecho Verónica Castro en su programa de Y Vero América va, Nino Canún en ¿Y usted que opina? y la polémica Cristina Saralegui.

## JUSTIFICACION GRAFICA DEL CARTEL

### LOGOTIPO

El diseño del logotipo de la triple A fue creado por la propia empresa, asumiendo las características en el manejo de la conjunción de las iniciales del nombre completo de la empresa - anagrama - de manera unitaria, simple y fácilmente identificable.



### TIPOGRAFIA

La tipografía es parte importante del logotipo debido a que es esa la que reviste de personalidad a la imagen gráfica de la empresa, reafirma la comunicación que se desea expresar, otorgándole su carácter de identidad.

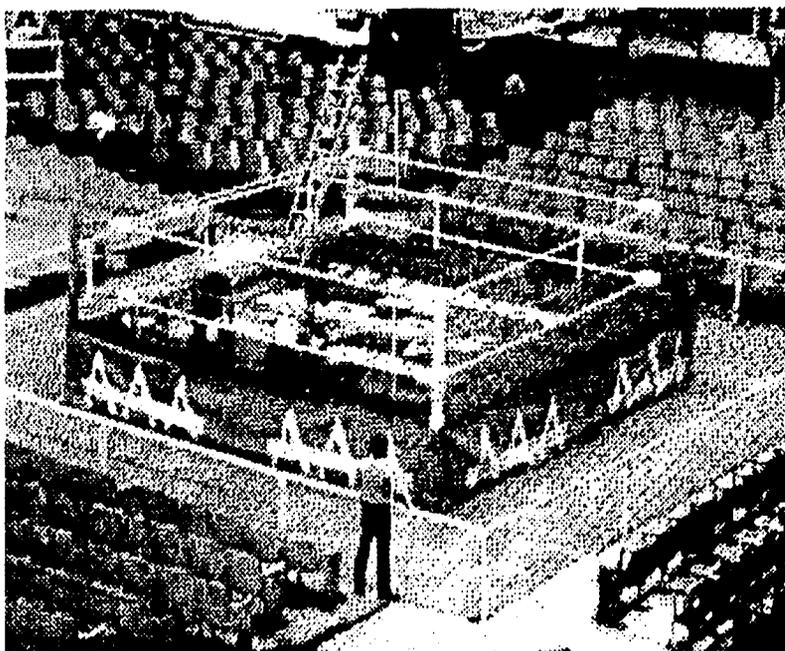
La tipografía que se utilizó para el logotipo de la Triple A representa al grupo de las romanas en altas y en ella atraviesan tres líneas lo cual simbólicamente tienen una relación con las cuerdas del ring o cuadrilátero.

#### Palatino Semi Bold

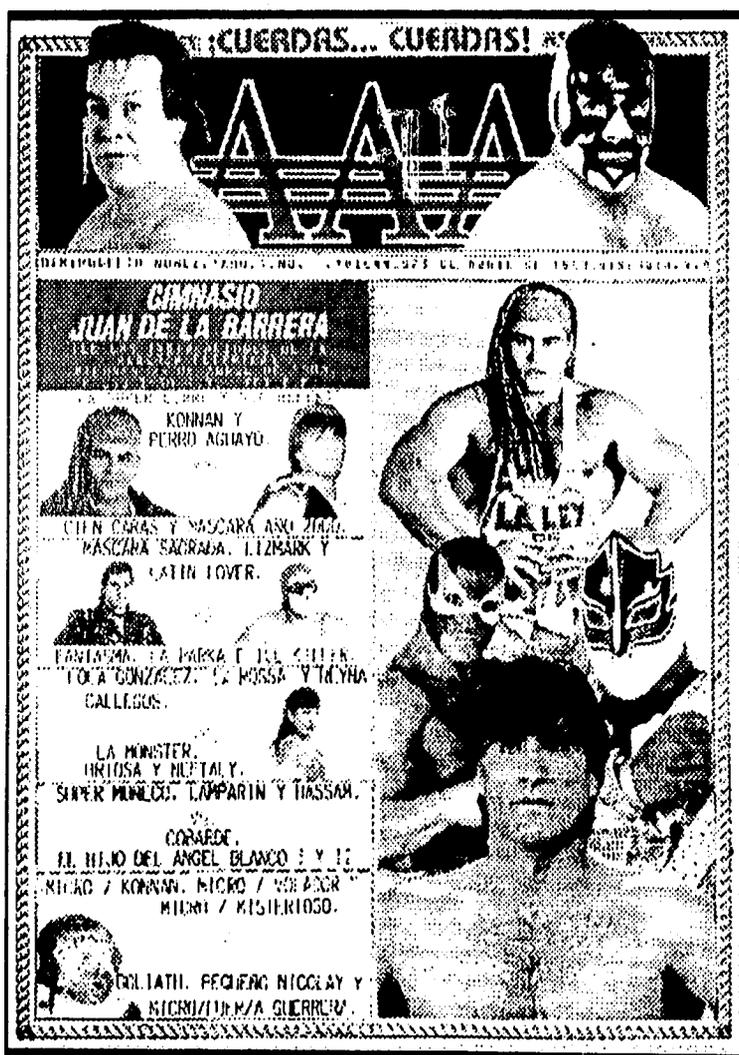
A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z  
a b c d e f g h i j k l m  
n ñ o p q r s t u  
v w x y z

## COLOR

Como en los elementos gráficos, el color adquiere importancia a partir de su relación psicológica con lo representado reafirmando la imagen del logotipo, los colores que se utilizaron para la propaganda, la imagen escénica y la identidad completa de la Triple A en su mayoría son el blanco, rojo y azul en sus diversas combinaciones.



Identidad - Imagen escénica



Propaganda de Mano  
(Volante)

## FORMATO DEL CARTEL

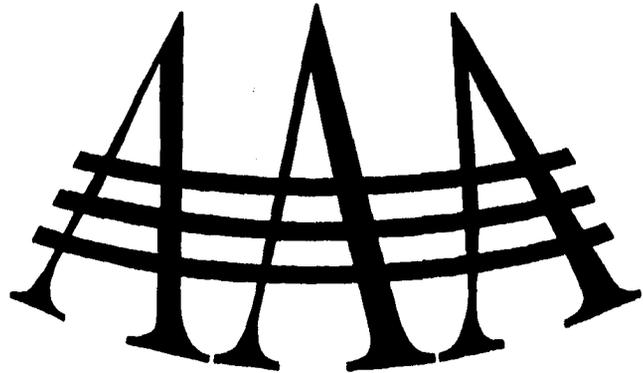
Para su elaboración en Offset se consideró la medida apropiada para un evento estelar que la Triple A ha creado como lucha histórica debido a que nunca se había efectuado una confrontación de "carrera contra carrera", por esa razón se decidió elaborar un cartel lo más visible, impactante y legible por el público popular; en formato vertical medidas 60\*45.

## DISTORSION DEL LOGO

Se hizo una distorsión o efecto visual en el logotipo de la Triple A, una vez aprobado o autorizado por la empresa, para utilizarlo en la presentación del cartel luchístico del evento estelar efectuado el día 30 de abril de 1993 en la Plaza de Toros - México 8:30 P.M.

## New Baskerville

A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z



## Antique Olive Medium

A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z



En la parte inferior del logotipo distorsionado se incluyó la palabra "PRESENTA" (Antique Olive Medium en altas) para reforzar el mensaje de invitación al evento antes mencionado.

## INVESTIGACION DE ELEMENTOS GRAFICOS REFERIDOS AL EVENTO

Para llegar a una mayor síntesis gráfica se hizo un estudio previo de las imágenes que manejó la Triple A para la función luchística del 30 de abril.

- nombre completo del evento: Lucha histórica de confrontación "carrera contra carrera" entre Konnan y Cien Caras.

- Ubicación y fecha: Plaza de Toros México, 30 de abril-93, 8:30 P.M.

- Características esenciales que predominan en el evento:



Propaganda de Mano  
(Volante)



Boleto de acceso al evento

El programa del evento (30-abril-93) estuvo comprendido en 5 luchas de relevos, 1 lucha de campeonato, 1 lucha de máscara contra cabellera y la lucha estelar que la Triple A ha denominado como la lucha del siglo, es decir, la confrontación de Konnan vs. Cien Caras - carrera contra carrera -; enfrentamiento que no se había disputado en la historia de la lucha libre mexicana.

De acuerdo a este estudio de investigación para la elaboración del cartel para "anunciar" la

lucha estelar se tomaron en cuenta las siguientes observaciones como:

La Plaza de Toros México registró un lleno total de aproximadamente 50 000 gentes en la que asistieron personalidades del ambiente artístico e intelectual, público del extranjero, luchadores veteranos e importados, el uso de la luminaria y sonido, efectos especiales de rayo láser y humo artificial, juegos pirotécnicos, estos factores brindaron una mayor espectacularidad al evento así como

también la presencia de relucientes edecanes, luchadores exóticos, enanos y bailarines de rap, salsa y rock.



Características de los luchadores estelares KONNAN Luchador técnico, limpio, bueno, gallardo, héroe, usa vestimenta de gran colorido, peinado glamoroso de trenza multicolores, llama su atención a damas de 15 a 20 años y principalmente niños.

CIEN CARAS Luchador rudo, sucio, malo, tramposo, villano, usa vestimenta de escaso color, solamente predomina el negro, el blanco y el plateado, llama su atención a los hombres por su porte de macho, a las damas y señoras por su carisma de varonil y tosco.

# LA LUCHA DEL RETIRO

¡CUANDO ACABE CONTIGO, TERMINARAS ENTREGANDO LECHE EN LOS HANCHOS!.

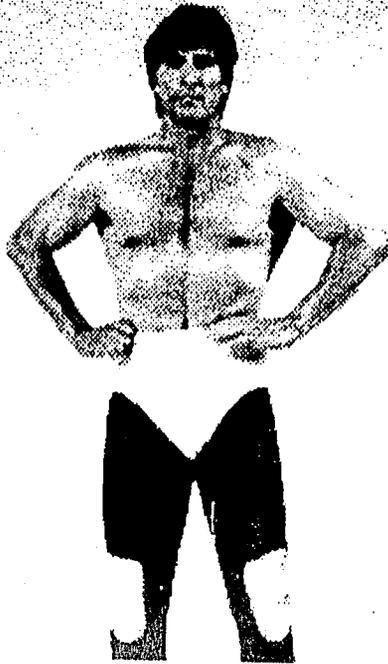
¡DESPUÉS DE LA LUCHA, TE VAS A IR A CANTAR A LOS CAMIONES!.

**KONNAN**  
**CIEN CARAS**

**LALEY**

# ¡JUEGAN SUS CARRERAS EL 30 DE ABRIL!

**CIEN CARAS**



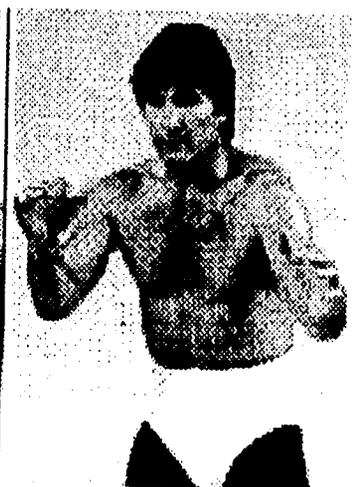
**KONAN**

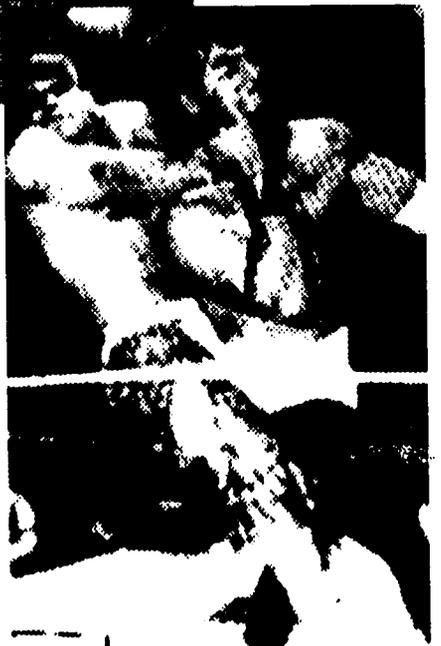


**¡EN LA PLAZA MEXICO!**



**CARRERA CONTRA CARRERA**  
**KONNAN**  
**VS.**  
**CIEN CARAS**

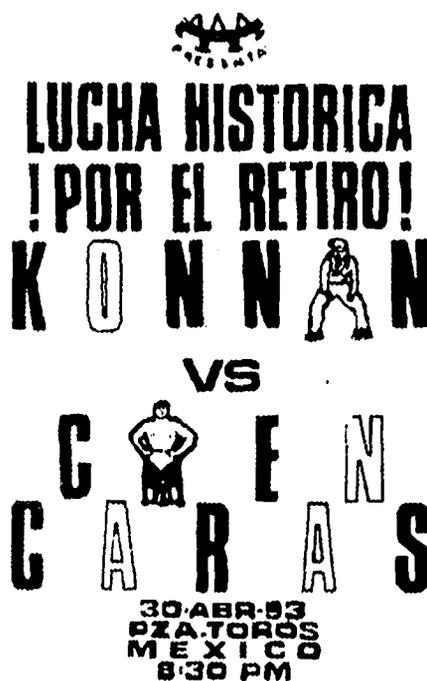




**BOCETOS PRELIMINARES**

**JUSTIFICACION DEL ESPACIO CON RESPECTO AL FORMATO**

En primera instancia, la aplicación que se le da al espacio con respecto a los anuncios o carteles publicitarios está denominado como espacio bidimensional, es decir, diseños publicitarios sobre superficies planas. Sin embargo también poseen características que dan la posibilidad de crear un mayor impacto visual a través del tamaño, color, dirección, posición, distorsión de elementos gráficos y textuales que se distribuyen en el espacio del formato, en este caso, vertical del cartel luchístico.



**JUSTIFICACION DE LA TIPOGRAFIA**

Una vez establecida y aprobada la distorsión del logotipo de la Triple A, éste se aplicará al

manejo y uso del cartel luchístico, así como también de los siguientes patrones de tipografía y su respectivo texto; considerando algunas observaciones como el manejo y apli-

cación de tipografía rígida, compacta y sencilla, fácilmente visible y legible por los transeúntes acostumbrados a captar este tipo de mensajes o anuncios populares.

**ANTIQUÉ OLIVE MEDIUM**

**A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z**

**CLEARFACE GOTHIC EXTRABOLD**

**A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z**

**COMPACTA**

**A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q R S  
T U V W X Y Z**

**MICROGRAMMA BOLD  
EXTENDED**

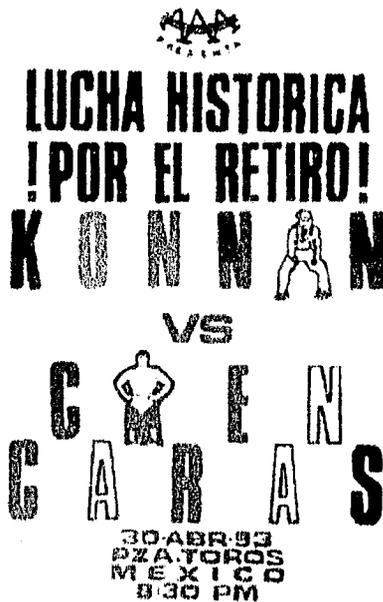
**A B C D E F G H I  
J K L M N O P Q  
R S T U V W X Y Z**

**JUSTIFICACION  
DEL COLOR**

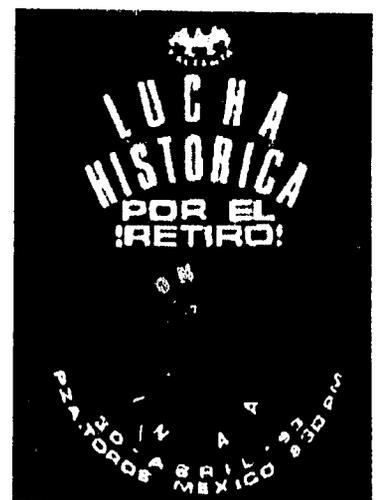
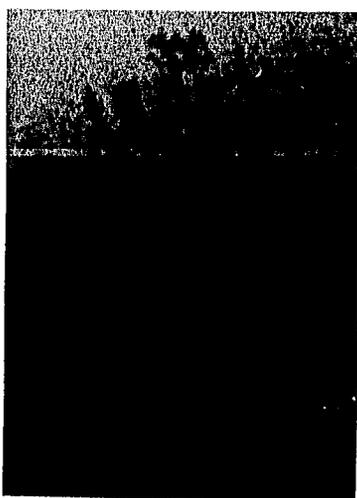
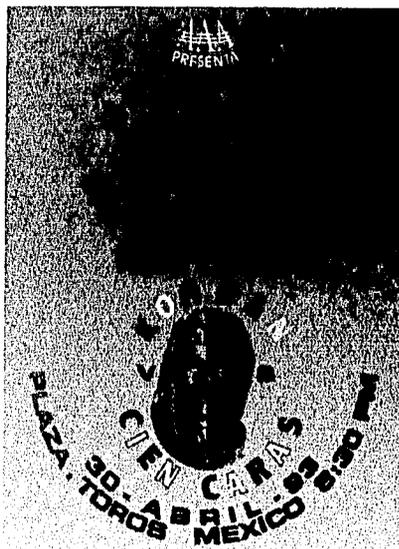
De acuerdo a las observaciones que anteriormente se hicieron con respecto al manejo del color que aplica la Triple A en su identidad,

se tomaron en cuenta para establecer las siguientes pruebas de color en los 4 bocetos preliminares y de esta manera seleccionar o esco-

ger un solo boceto que será el Dummy original del proyecto final para el cartel luchístico.



ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA



a) COLOR DE FONDO - ROJO-COMUNMENTE LA TECNICA DEL BARRIDO ES UTILIZADA EN ESTE TIPO DE CARTELES POR MEDIO DE LA PRENSA PLANA. TODO ESE COLORIDO Y MEZCLA DE TINTAS REPRESENTAN SIMBOLICAMENTE LA ALEGRIA Y FESTIVIDAD POPULAR.

b) LA TIPOGRAFIA ES IMPACTANTE Y SU DIS-

TORSION ES SEMICIRCULAR O CURVILINEA PARA DAR LA IDEA SIMBOLICA DEL LUGAR DONDE SE LLEVO A CABO EL EVENTO - PLAZA DE TOROS - cuya estructura o construcción es circular.

c) LOGOTIPO TIPOGRAFIA CALADA PARA RESALTAR CON EL RESTO DE LA DEMAS Y EL FONDO ROJO.

d) MONTAJE DE ROS-TROS EN AMBOS LUCHADORES TOMANDO EN CUENTA LA IDEA DE LA DUALIDAD DEL HOMBRE REPRESENTADA ENTRE EL BIEN Y EL MAL.

e) LA PERSONALIDAD DE AMBOS LUCHADORES ESTA CARACTERIZADA POR EL COLOR EN SU TIPOGRAFIA.

ANTIQUÉ OLIVE  
MEDIUM  
PRESENTA

a) →

b) →

PRESENTA

LUCHA  
HISTORICA

RETIRO

PLAZA DE TOROS

30-ABRIL-93  
MEXICO 8:30 PM

c)

NEW BASKERVILLE  
LOGOTIPO

COMPACTA  
LUCHA HISTORICA  
(OUTLINE)

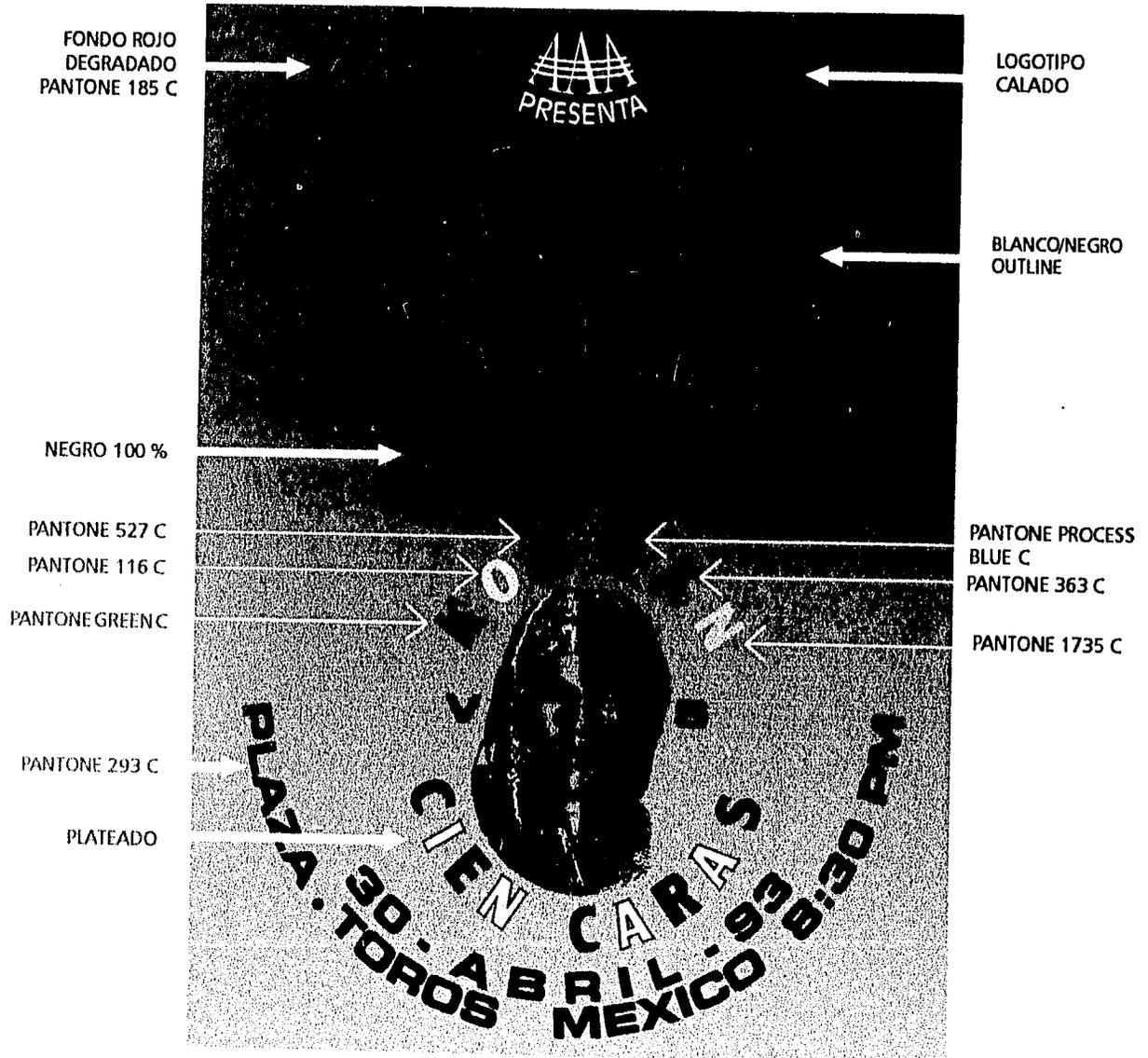
MICROGRAMMA  
BOLD EXTENDED  
POR EL I RETIRO  
VS 30-ABRIL-93  
PLAZA DE TOROS  
MEXICO 8:30 PM

d) →

e)

CLEARFACE  
GOTHIC EXTRA BOLD  
KONNAN CIEN CARAS

# PROYECTO FINAL-DUMMY ORIGINAL



# PARTICIPACION COLECTIVA EN LA EXPOSICION "LA LUCHA LIBRE LA HACEMOS TODOS" MUSEO NACIONAL DE CULTURAS POPULARES- COYOACAN



...del grupo de los luchadores...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...  
...de la exposición...  
...de la participación colectiva...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...  
...de la exposición...  
...de la participación colectiva...



...de la exposición...  
...de la participación colectiva...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...  
...de la exposición...  
...de la participación colectiva...



...de la exposición...  
...de la participación colectiva...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...



...de la exposición...  
...de la participación colectiva...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...  
...de la exposición...  
...de la participación colectiva...



...de la exposición...  
...de la participación colectiva...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...

...de la exposición...  
...de la participación colectiva...  
...de la lucha libre...  
...de la cultura popular...

## **PARTICIPACION COLECTIVA EN LA EXPOSICION "RUDOS VS TECNOCRATAS" MUSEO DE LA CARICATURA Y LA SOCIEDAD MEXICANA DE CARICATURISTAS. DONCELES — CENTRO HISTÓRICO**

Rudos vs Tecnócratas es el título de la exposición sobre lucha libre que se inauguró el pasado 7 de junio de 1993 en el Museo de la Caricatura ubicado en Donceles # 99-A Centro Histórico organizado por el Sr. Arturo Kemchs Dávila presidente de la Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

La exposición estuvo conformada con la participación de los siguientes caricaturistas y artistas plásticos como:

Arturo Kemchs Dávila (KEMCHS), Alejandro Pérez Basurto (APEBAS), Olga Zamora Miguel, José Antonio Albarrán (TONY), Sergio Arau, Rafael Ruiz Tejada (RRUIZTE), Alejo Vázquez Lira, Juan Antonio Fernández Quezada, Aarón Flores Sámano (AARON), Eduardo Gómez Sánchez, Jis y Trino, Jesús Castruita Marín (CASTRUX), Alfredo Guasp Alpucha (GUASP) y Francisco Calderón.

Paralelamente a la exposición de lucha, se llevaron a cabo otros eventos como:

- La presentación del anuario de caricatura 1992.

- La entrega del premio nacional de caricatura otorgada por primera vez a la Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

- La celebración del primer año de la revista "LAPIZTOLA" órgano oficial de la Sociedad Mexicana de Caricaturistas.

Asistieron al evento destacadas personalida-

des como el caricaturista Eduardo del Río (RIUS), el subdirector editorial del periódico El Universal el Sr. Alfonso Maya Nava y el responsable de la sección cultural del periódico El Financiero Sr. Víctor Roura, teniendo como moderador al Sr. Arturo Kemchs Dávila.



## CONCLUSION

El tema de la lucha libre ha interesado en gran medida a un grupo de intelectuales tales como a escritores, cineastas, dramaturgos, museógrafos, pintores, escultores, etc. Si bien, la lucha libre había sido considerada como el deporte de las clases marginadas; sin embargo, esta versión quedó descartada en base a la investigación de campo que realicé en esta tesis y por medio de mi participación como pintora en el Musec Nacional de Culturas Populares - Coyoacán - y en el Museo de la Caricatura - Centro Histórico de la Ciudad de México -.

La lucha libre se caracteriza por ser un deporte-espectáculo que posee un auténtico juego de imaginación lo que la convierte en múltiples posibilidades físicas y mentales y se debe a ello su arraigo popular y ha trascendido en la cultura de México.

Ha quedado demostrado que a lo largo de este trabajo de investigación, la lucha libre es considerada como una profesión para los que la ejercen y un entrenamiento para los que la

disfrutan e incluso desahogan sus tensiones emocionales; por lo tanto, su aspecto cultural radica en aquellos que solamente penetran en el gusto popular y son consumidores del deporte-espectáculo, tal es el caso de las historietas de luchadores lo cual se ha comprobado su alto índice de ventas, llevando consigo un valor comercial ya que en sus imágenes y contenido no pretenden vender cultura ni calidad sino gustos populares. Carlos Monsiváis definió el gusto popular a "todo aquello que trasciende y cobra una fuerte influencia y demanda en las mayorías (masas)" y se debe a ello que la lucha libre se ha caracterizado por ser un fenómeno social.

Existen interesantes testimonios históricos del deporte-espectáculo, su trascendencia es universal y tradicional; sin embargo, en el ambiente luchístico ha habido tres periodos de gran arraigo y surgieron en las décadas 50, 70 y 90 en México y de ahí se extendió a otros países.

El "boom" o estallido luchístico se desató llevando consigo una

moda e inclusive se ha comentado que tan solo ha pasado a formar parte de un "gusto efímero"

Hoy en día los avanzados medios de comunicación han absorbido a la sociedad de consumo; las campañas publicitarias han aprovechado el momento para generar un "gran negocio" creando mayor demanda en el mercado competitivo.

Así como el gusto popular ha sido considerado dentro de la lucha libre, también lo es en el arte popular. Néstor García Canclini definió el arte popular como "un conjunto de obras realizadas por individuos fuertemente arraigados en la tradición estética de su comunidad; en México es una actividad viva y mantiene una tradición arraigada en nuestra identidad cultural y que de algún modo traduce una determinada sensibilidad artística".

Esa sensibilidad artística en la lucha libre se manifiesta en las representaciones de la máscara que tiene un significado de poder y dominio - mito y magia -, se manifiesta en la parte escénica y teatral del ring y sus protagonistas,

se manifiesta en la algarabía y verbena del pueblo, se manifiesta en las obras literarias y plásticas de Víctor Hugo Rascón Banda y Sergio Arau así como otras personalidades que han plasmado su forma de percibir y proyectar al exterior el concepto de la lucha libre.

La finalidad principal de esta ardua investigación ha sido el de realizar un proyecto gráfico en el cartel luchístico para la empresa Triple A por considerarla una organización nueva y actual dentro del ambiente pancracista. El cartel luchístico cumple una tradición y de una gran riqueza visual en México, lo mismo que lo son otros carteles similares como los de palenques, bailes, jaripeos, corridas de toros, etc. Estos anuncios peculiares que permanecen en los muros de las calles son reconocidos e identificados por el transeúnte popular y es por

esa razón que en la elaboración de mi nueva propuesta de diseño en el cartel luchístico, fui a la búsqueda de elementos gráficos que no provocaran cambios bruscos en el contenido de su mensaje para los transeúntes que ya están acostumbrados a "percibir", "ver" o "captar" la mirada y el interés a dichos anuncios populares.

El cartel luchístico finalmente quedó aprobado y autorizado por la Empresa Triple A y por el jurado asignado por la Escuela Nacional de Artes Plásticas para mi examen de titulación correspondiente a la Carrera de Comunicación Gráfica.

Esta propuesta de diseño en el cartel luchístico ha quedado abierta a consideración de posteriores generaciones, tomando más en cuenta aquel enorme anuncio que se suele ver pegado y desgarrado en los muros callejeros de la urbe en México.

CARTEL, GRITO MUDO  
QUE DESDE LA PARED  
INTERPELA NUESTRA  
COTIDIANA INDIFERENCIA  
SILENCIOSOS TESTIGOS  
DEL ACONTECER  
DE UNA SOCIEDAD  
REGISTRO EXTRAOFICIAL  
DE LA HISTORIA  
DE UNA CULTURA  
MANIFESTACION SIEMPRE  
DINAMICA Y PRESENTE  
TANTO EN LOS MUROS  
OLVIDADOS DEL ARRABAL  
COMO EN LAS GALERIAS  
DE ARTE  
EL CARTEL VIVO ES  
AQUEL QUE INVITA A  
JUGAR  
CON EL, RAYARLO,  
ARRANCARLO, GOZARLO.

(Texto tomado del "Diseño Sentido", Cuarto Encuentro de Diseñadores Gráficos de la ENAP-UNAM Septiembre-93)

## BIBLIOGRAFIA

AYALA BLANCO JORGE, La búsqueda del cine mexicano (1968-72), México, Editorial Posada, 1986, p.p. 559.

BARNICOAT JOHN; Los carteles, su historia y su lenguaje, Barcelona, Editorial Gustavo Gilli, 2da edición, 1972, p.p. 280.

BARTHES ROLAND-CARRON NELSON; El mundo del catch, cine de luchadores, México, Filmoteca de la UNAM, Cineteca nacional, 1984, p.p. 87.

FRAY NANO-ANDERE ANTONIO, 15 años de lucha libre en México, México, Prensa Editores, 1948, p.p. 174.

GARCIA RIERA EMILIO, Historia documental del cine mexicano, México, Ediciones Era, Tomos V al VIII, 1969.

---MACOTELO FERNANDO, Guía del cine mexicano- de la pantalla grande de la TV ( 1919-1984), México, Editorial Patria, 1984, p.p. 361.

HERNER IRENE; Mitos y monitos, historietas y fotonovelas mexicanas, México, UNAM-Nueva Imagen, 1979, 1979, p.p. 318.

JIS Y TRINO, El santo contra la tetona Mendoza, México, Ediciones de la Jornada-serie el ahuizote, 3ª edición, 1991, 1991, p.p. 89.

J.M. YRIBARREN DE ACHA, La lucha técnica deportiva y arte defensivo, Barcelona, Editorial Hispano-Europea, Colección Herakles, 1965, 1965, p.p. 183.

RASCON BANDA VICTOR HUGO, Máscara contra cabellera, México, Editores Mexicanos Unidos, 1ª edición, 1981, pags 167 a 251.

SOLANAS DONOSO JESUS; Diseño, Arte y Función, Barcelona, Editorial Salvat Editores S.A., 1ª edición, 1981, p.p. 64.

TAIBO II PACO IGNACIO; Amorosos fantasmas, una historia de amor y crimen en el cuadrilátero, México, Editorial Patria, 1ª edición, 1990, p.p. 128.

VALERO MERE JOSE LUIS, Cien años de lucha libre en México, Editorial Anaya Editores, 1978, p.p. 282.

## HEMEROGRAFIA

CASTAÑEDA VICTOR, Colosos de la lucha libre, Medios Especializados S.A. de C.V., México D.F., 1992.

CARRO NELSON ; Santo, Santo, Santo; Dicine 5, Año 1, abril-84, pag, (ilustración-artículo).

CARRO NELSON-GARCIA RIERA EMILIO, La verdad de la lucha libre. (Fernando Durán-88), Dicine 24, Marzo-abril-88, pag. 20, (ficha y comentario)  
\_\_\_ La llave mortal, (Francisco Guerrero-90), Dicine 40, jul-91, pag. 29, (comentario).

\_\_\_ La venganza de los punks, (Damian Acosta-87), Dicine 46, jul-92, pag 34, (ficha y comentario).

\_\_\_ Octagón y Atlantis, la Revancha, (Pérez Gavilán-91), Dicine 46, jul-92, pag 34, (ficha y comentario).

DOMINGUEZ ARAGONES EDMUNDO, Cine de Antifáz y Máscara-Significación de enmascarado en el cine mexicano, Otro cine 3, Año 1, jul-sep 75, Pags 28 a 34, (ficha y comentario).

ESCARCEGA IGNACIO, La leyenda de una máscara, (José Buil-90) Dicine 40, julio 1991, pag 21, (comentario).

FLORES MONTIEL JAIME, Arena de lucha libre, Editorial Ejea S.A. de C.V. México D.F., MCMXCI.

FRAY NANO, La Afición, 18 de septiembre-33, Año III, N° 340, Tiro 65, 724 México D.F.

\_\_\_ La Afición, 21 de septiembre-33. Año III, N° 340, Tiro 55, 910, México D.F.

GARCIA TSAO LEONARDO-MONTES DE OCA ANTONIO, Chin Chin el super ocho Mi lucha, (Jorge Acevedo-78), Cine 13, Vol 2, feb-79, pags 17 y 18.

GIL OLIVEROS PEDRO; Box y lucha ,el mundo del ring, Publicaciones Sayrols S.A. de C.V., México D.F., 1953.

KEMCHS ARTURO, Número especial de la lucha libre, La piztola, Editorial SMC, (Sociedad Mexicana de Caricaturistas), N°12, abril-93, México D.F., pag. 40

ORTEGA BERNARDO-ZAMORA MIGUEL OLGA, Perfil de la triple A, Mi lucha por los rudos y limpios, Orbe Editores, Año 2, N° 91, jul-2-92, pags 16 y 17, (entrevista y reportaje).

\_\_\_ Octagon, Mi lucha por los rudos y limpios, Orbe Editores, Año 2, N° 95, jul-30-92, Pags 14 a 16, ( entrevistas y campo de trabajo).

\_\_\_ Un tema candente-primera parte, Mi lucha por los rudos y limpios, Orbe Editores, Año 3, N° 96, agosto-6-92, pag 31, (encuestas y campo de trabajo).

\_\_\_ Un tema candente-segunda parte, Mi lucha por los rudos y limpios, Orbe Editores, Año 3, N° 100, septiembre - 3-92, pag 34, (encuestas y campo de trabajo).

PAZ REDONDO REGINO; Revista de revistas, semanariode Excelsior, A tres caídas sin límite de tiempo, el mundo de la lucha libre, N° 4238 abril-22-91, México D.F., pags 40 a 56.

\_\_\_ Revista de revistas,  
Semanario de Excelsior,  
el mundo de la lucha li-  
bre II, N° 4239, abril-29-  
91, pags 32 a 48.

\_\_\_ Revista de revistas,  
Semanario de Excelsior,  
el mundo de la lucha li-  
bre III, N° 4240, Mayo-  
9-91, pags 30-49.

RIVERA JULIO CESAR, El  
fantasma del museo, Su-  
per luchas nacional e in-  
ternacional, Apolo Edi-  
torial S.a: de C.V., Año II,  
N° 64, Mayo-92, México  
D.F., pags 4 y 5.

SANO RUBEN, El mons-  
truo no soy yo, Cine 26,  
Vol 3, jun-jul-80, pags

29 a 36, (ilustración y  
entrevista).

VIÑAS MOISES, Los gé-  
neros del cine mexicano,  
Dicine 46, jul-92, pag 20  
(reportaje).