



EDUARDO ESCOBAR, *ESCOBAS*

MUY RUDA, MUY TÉCNICA

A 75 años del establecimiento formal de la lucha libre en nuestro país, esta disciplina-deporte-espectáculo atraviesa por un período de auge que le ha permitido evolucionar como un importante fenómeno social de colectividad, mientras le guiña un ojo a quienes antes la desdeñaban. Hoy la lucha libre también conquista las calles, influye en el modo de vestir e identificarse socialmente.

TEXTO: ALEJANDRO BROFFT

FOTO: FRANC ROSS

**DEL
RING
A LAS
CALLES**

El movimiento de la Colonia Doctores en la Ciudad de México disminuye conforme cae la noche del viernes. Por momentos, la ciudad parece fantasma. De pronto, un bullicio festivo irrumpe en la zona. Pareciera que de la nada brotan personas que caminan con un mismo rumbo: la Arena México. Basta llegar a la esquina de las calles de Dr. Lucio y Dr. Lavista para que un grupo de revendedores ofrezca un buen lugar. Falta una hora para la función y aseguran, el boletaje está casi agotado.

“¿De cuáles quiere? Ya sólo le van a vender de los de a 50”, intenta convencer uno de ellos. Le piden de la primera fila. “Sí tengo,” dice. “Se los dejo baratos... a 700 pesos, son de junto a la pasarela”. Hay quien se apresura a cerrar un trato con ellos sin antes ir a la taquilla donde quedan espacios en todas las localidades.

Quienes ya tienen su entrada caminan frente a los puestos donde se vende de todo. Hay camisetas, bolsas, fotografías y revistas. Predominan las máscaras hechas con licras de colores chillantes, lamés casi transparentes y vinilos de brillo apagado.

Los niños han perdido el interés por los muñecos de plástico, llenos de rebaba y torpemente pintados a mano. Sus intereses van más allá de manipular las figuras sobre un ring de madera. El sueño ahora es encarnar a sus héroes.

Un adolescente se pasea una y otra vez con la ilusión de ser quien adivinamos es su ídolo: Místico. Su espigada, pero todavía enclenque

figura, delata que no debe rebasar los 13 años. Presume la máscara que lleva puesta y detrás de la cual se asoman unos pupilentes casi blancos. Los parroquianos fallan en ser discretos y lo miran con curiosidad unos, y con sorpresa otros.

Cerca de la puerta se escucha un grito que ofrece el programa de la noche. La cortesía no es gratuita, a cambio hay que comprar algún dulce. En pequeñas bolsas de papel de estraza se reparten cacahuates salados, enchilados y garapiñados para quienes prefieren los sabores de la nostalgia. Para los paladares contemporáneos hay chocolates con nombre americano.

No basta que el reloj marque las 8:25 para que quienes faltan por entrar lo hagan. Tiene que escucharse un altavoz desde donde se anuncia el inminente comienzo. Los guardias revisan a los asistentes en búsqueda de algún arma, pero sobre todo de cámaras fotográficas que podrían robarse los momentos sorprendentes de la noche y la propiedad intelectual que está por exhibirse.

Al interior, la euforia está desatada. La encabezan las porras que desde las graderías muestran su fuerza. Hay parejas, familias y grupos de amigos que ya están entrados en la plática. No son pocos los que ya se acabaron una segunda cerveza. Los acomodadores llevan a su lugar a quienes entran al filo del espectáculo.

Las luces del ring se encienden. En el centro, Armando Gaytán *El Mucha-Crema* se muestra listo. Las cámaras de televisión graban su vestimenta: camisa y corbata naranjas, pantalón café, zapatos



DEL COLECCIONISMO AL DISEÑO

EDUARDO ESCOBAR, *ESCOBAS*

Tiene muy claro el año de 1974 como la fecha en que empezó su pasión por la lucha libre. Fue entonces que compró el primer objeto vinculado a ésta: un álbum de estampas. No ha dejado de incrementar una colección que a él mismo le sorprende y de la que se siente orgulloso. Su interés no se limita a atesorar piezas en uno de los cuartos de su oficina. Diseñador de formación, ha hecho de la disciplina su principal motivo de inspiración. Playeras, accesorios, bisutería, cojines, juguetes y postales son algunos de los productos a los que ha llevado sus trazos enmascarados. Para él, la estética de la lucha libre es muy popular, asunto que dificulta su utilización. No basta tomar los detalles y reproducirlos arbitrariamente. “Hay que reinterpretarlos”, dice. Su visión es convertirlos en iconos de estilo como los de las grandes marcas de lujo. •

www.escobas.com.mx

PLÁSTICO URBANO

MARCA RECICLADA

Anna Díaz y Adrián García trabajan en un despacho de diseño que, entre varias actividades más, imprime lonas publicitarias. Su visión los llevó a ver ese material como el posible lienzo para crear productos de moda. Su oferta contempla bolsas, mochilas, carteras y otros accesorios plastificados impresos con gráficas urbanas, donde la lucha libre, por supuesto, deja sentir su peso.

www.recicla2.com.mx



LUCHA POP

ZOVECK

En 2004 Julio Carrasco fundó, junto con Sonia Romero, un estudio de diseño al que nombraron Zoveck. Su estilo rescata rasgos populares de nuestra cultura. Con habilidad, yuxtaponen estos elementos igual en ilustraciones que en objetos decorativos y hasta en páginas web. Dos de sus piezas estrella tienen que ver con la lucha: "San-to" (una figura religiosa transformada) y "El Zopilote Ramírez" (un luchador hecho personaje). Julio considera que esta forma de ver la vida rescatando las figuras de idolatría popular para hacerlas mutar en héroes personalizados "es algo inherente a los mexicanos". Están ahí, sólo hay que voltear a verlos.

www.zoveck.com



de charol y accesorios de oro: reloj, leontina, brazalete y un vistoso dije del Consejo Mundial de Lucha Libre para el que trabaja como anunciador.

“Respetable público. Bienvenido al espacio donde se proyecta el espectáculo mágico por excelencia. No tiene aduanas. No tiene fronteras. No tiene ideologías. Se difunde por los medios de comunicación nacionales y extranjeros, impresos y electrónicos, y por el ciberespacio vía internet”. Su prosodia es exagerada, teatral.

A su estilo, saluda a una parte de los asistentes: “La libertad de palabra y expresión son normas invariables en cada una de las funciones de lucha libre. Eso me autoriza a expresar una frase que estremece a todos los públicos y que dice: ¡Arriba los rudos!”. Después cumple con los oponentes: “La lucha libre profesional alcanza la categoría de arte y ese arte tiene un himno cuando decimos: ¡Arriba los técnicos!”.

Y remata: “Sean protagonistas de lo que mañana será noticia. Descubran en cada uno de los luchadores el ojo crítico, la mano experta y la inspiración del momento. De México para el mundo... Ésta es la lucha libre pro-fe-sio-nal. ¡¡Iniciamos!!!”.

Los significados del teatro de la vida

En su investigación *Y detrás de la máscara... el pueblo*, Janina Möbius apunta: “La definición ‘clásica’ de la lucha libre es ‘circo, maroma y teatro’.

Circo alude a los primeros orígenes de las arenas bajo carpas improvisadas, y subraya su carácter de espectáculo circense; por maroma se entiende en México la presentación de una función de números de destreza corporal; y teatro, en el contexto de la lucha libre, remite a los elementos teatrales, como utilización de máscaras, disfraces, figuras de roles, pero no automáticamente al carácter de escenificación de la lucha libre”.

Para el mexicano éste es un asunto más profundo, es el espejo de su propia existencia. “La vida es la lucha libre”, asegura el médico y comentarista Alfonso Morales. Es un espacio de enfrentamiento entre buenos y malos (técnicos y rudos) donde lo correcto y honesto se ve amenazado por lo ilícito e injusto, así como ocurre en lo cotidiano.

Es la oferta más jugosa de lo que Carlos Monsiváis llama “los consuelos peleoneros dentro del Gran Desconsuelo-que es la Vida”. “Aquí mucha gente viene a desfogarse de sus problemas”, cuenta Martín Pérez, aficionado desde hace 36 años. Entre los gritos de “¡Duro, duro!” y “¡Mátalo!” se esconde un alivio a las frustraciones. Ahí, cualquiera puede desprenderse de sus tensiones sin la necesidad de cumplir con el sueño culposo de agredir a alguien.

Nadie como el mexicano “tan celoso de su intimidad como de la ajena”, sostiene Octavio Paz en *El laberinto de la soledad*. Eso explica el porqué los luchadores esconden su rostro debajo de una máscara, a la que José Joaquín Blanco imagina



LOS ORÍGENES DEL MITO

Durante la intervención francesa, Antonio Pérez de Prian aprendió de los soldados galos una disciplina desconocida en nuestro país: la lucha grecorromana. Quien se ganó el mote de *El Alcides Mexicano* fundó un gimnasio para instruir a sus compatriotas. Los entrenamientos en aquel lugar hoy son considerados los albores de la lucha libre nacional.

Fue hasta 1900 que varios empresarios trajeron a México a distintos deportistas para enfrentarlos sobre el ring. Estos hombres, algunos dedicados al boxeo y otros a la lucha, supieron acaparar la atención de un público abrumado por los problemas sociales de la época.

Según palabras del especialista en el tema, Rafael Olivera Figueroa, Salvador Lutteroth González es reconocido como el padre de la “verdadera, auténtica y real” lucha libre. El jalisciense fundó junto con Francisco Ahumada la Empresa Mexicana de Lucha Libre.

Organizaron la primera pelea el 21 de septiembre de 1933 con la Arena Modelo como escenario. Los nombres del chicano Jaqui Joe y el americano Bobby Sampson destacaron en el cartel de inauguración. Desde entonces la disciplina-deporte-espectáculo no ha desaparecido de la agenda nacional.

En este tiempo se han escrito cientos de historias de éxito, superación y fracaso; de camaradería y rivalidad; de vida y muerte. Algunos nombres han caído en el olvido, otros han alcanzado el pináculo de la gloria, otros, como el de El Santo, El Enmascarado de Plata han sido convertidos en mito. •

como “la virginidad más cuidada y codiciada de la tierra”. ¿Habrà peor castigo que perderla?

Así es el teatro de la vida. No en vano Rascón Banda afirmaba que la lucha libre es el fenómeno social colectivo más importante de México.

La estética del pancracio mexicano

La lucha libre y sus motivos son clasificados dentro de la estética kitsch. El kitsch es “un estilo de ausencia de estilo”, dice Abraham Moles. Y continúa en su obra dedicada al tema: “Un estilo, una época de desarrollo, y sobre todo, una actitud”. Según Harold Rosenberg: “El kitsch es el arte cotidiano de nuestro tiempo”. Para Jenny Sharp “significa todos esos objetos baratos, vulgares, sentimentales, sin gusto, baldíos, preciosos, y monos con los cuales desea vivir la mayoría de la gente”.

Matei Calinescu es menos tajante con el término y asegura en sus *Cinco caras de la modernidad* que “lo que constituye la esencia de lo kitsch probablemente es su abierta indeterminación, su vago poder ‘alucinógeno’, su espuria ensoñación, su promesa de una fácil catarsis”. Sin embargo, Nacho, fiel seguidor del espectáculo desde pequeño y diseñador de joyería bajo la marca Vive Lucha Libre, está en desacuerdo en definir a este espectáculo bajo el apelativo de kitsch. “En todo caso se podría insertar en lo que algunos llaman ‘surrealismo mexicano’. Hombrés corpulentos con máscaras que esconden su identidad ejecutan llaves y golpes que no sabemos cuánto duelen o si son reales, mientras una muchedumbre los aplaude o abucea. Aunado a esto está el concepto de ‘Técnicos’, aquellos que respetan las reglas y representan la legalidad, y los ‘Rudos’ facción que se saldrá con la suya a costa de todo, aunque para esto tenga que romper las reglas y castigar de más a sus oponentes. Sólo en México existe esta diferencia, que puede ser casi mitológica”.

Para Nacho el principal atractivo del espectáculo es su democracia y pluralidad. “En una función vemos lo que queremos ver y sentimos lo que queremos sentir”. Al final la coincidencia radica en que la lucha libre y todos sus elementos son eso, una ilusión que fácilmente atrapa y de la que difícilmente uno se desprende.

Sólo los luchadores son bien vistos en esos mallones de colores estridentes y brillos intensos. Cualquier otro intrépido sería no menos que etiquetado de estafalario. Sus uniformes son cada vez más extravagantes ante la necesidad de sorprender al público. “El atuendo de los años heroicos no es entonces como ahora un viaje de la psicodelia a la posmodernidad”,



EL ALTER EGO DEL RING

SERGIO ALCALÁ

Quien también creó un personaje sacado del ring fue Sergio Alcalá: un hombre con cabeza de caballo galáctico. Él mismo se hace llamar *El Fashion Killer Atack*: “el asesino de la moda tradicional”. No se trata de un simple apodo sino de un alter ego. Este diseñador de moda ha enfocado su trabajo en una línea creativa que él llama Mexican Kitsch. Este tipo de motivos le atraen pues considera que son parte vital de nuestra cultura. Y explica: “Muchos mexicanos no saben qué es el kitsch a pesar de que toda su vida han vivido en él.”

El numen lo toma de manifestaciones de la cultura popular, entre ellas las películas de El Santo. No es extraño que sus pantalones se confundan con unas mallas de luchador, que sus gorras se parezcan a una máscara y que estampe una tela con la silueta de un luchador.

www.sergio-alcala.com



JOYERÍA LUCHONA

VIVE LUCHA LIBRE



Nacho representa esta marca dedicada al diseño de joyería basada en la estética de la lucha libre que, comenta, es muy rica: "cada máscara, pose o llave es distinta entre sí. Nuestro país es conocido en el mundo por su artesanía en plata y por la lucha libre, así que me pareció lógico fusionar ambas expresiones para lograr piezas de joyería que fueran un reflejo de la cultura popular de nuestro país. Considero que por su naturaleza las joyas se convierten en una muestra del momento y estética de cada cultura y busqué reflejar nuestro tiempo con mis creaciones. Para mí siempre será mejor portar una joya inspirada totalmente en mi cultura que otra que no me define como mexicano. Mis piezas no dejan duda de dónde provienen". De esta forma, dijes, aretes y brazaletes, entre otras piezas, buscan transmitir la esencia de este marasmo sensorial que es la lucha libre y que descubrió desde que era niño cuando su padre lo llevaba a la Arena López Mateos, en la zona de Tlalnepantla, en el Estado de México.

• www.viveluchalibre.com



escribe Carlos Monsiváis en el prólogo de *Espectacular de lucha libre*.

Originario de Bolivia, Pablo Barriga estudia desde hace dos años en El Colegio de México. “Vengo por curiosidad”, es la justificación que da para asistir al espectáculo por primera vez. “Me siento particularmente atraído por la estética de la lucha libre”. Entre sus manos sostiene un libro titulado *Posmodernismo*. Quizás lecturas como esa lo han llevado a afirmar: “No creo que haya una diferencia entre alta y baja cultura. En gran medida creo que la cultura popular vale tanto como la canónica”.

La lucha libre ha dejado de ser el entretenimiento de los sectores más desprotegidos de nuestra sociedad. La aceptación y el gusto generalizados por esta disciplina-deporte-espectáculo la han convertido ya en un rasgo de nuestra cultura, de grupos que se agrupan en torno a su estética o que le rinden homenaje creando diferentes productos.

Los nuevos comerciantes del “Templo”

Más allá de las marcas registradas de los luchadores por antonomasia, como El Santo y Blue Demon, y de las cuales ya hemos tenido oportunidad de hablar a detalle en estas páginas, mucha gente de diferentes sectores busca crear y comercializar objetos inspirados en la cultura pop de la lucha libre.

Guillermina Mendoza llegó a la capital hace tres décadas. Desde entonces vende máscaras a las afueras de la Arena México. Su experiencia, revela, ha sido “como todo, con sus altas y sus bajas”. La situación actual le ilusiona: “Ahorita está en un muy buen momento, tiene auge. Viene toda clase de gente: de clase media, de clase alta, de clase baja, turistas.”

Cerca de doña Guillermina un par de jóvenes intenta comercializar su propuesta creativa. Eduardo Téllez y Odín Trejo decidieron conjuntar sus conocimientos de diseño para crear una línea de playeras. La variedad de prendas es amplia en colorido y estampado.

“Nuestro trabajo se enfoca en el luchador antiguo”, cuenta Odín. Las siluetas son de El Santo, Blue Demon, El Cavernario, El Huracán Ramírez y sus contemporáneos. “El luchador antiguo te da más facilidad en el diseño al poder conjuntar varios elementos”, explica. La tipografía de la imprenta Payol, famosa por sus carteles, también se hace presente.

Eduardo cuenta con satisfacción cómo sus productos no sólo se venden en la acera de Lavista. Un luchador alemán los contactó para vender en Europa. “Nosotros siempre nos

planteamos la idea de exportar. Dar a conocer la cultura popular mexicana en el extranjero. Desde un inicio tuvimos esa visión. Ahora que estamos exportando vemos cumplido un objetivo”.

También afuera, aunque sobre la calle de Lucio, un grupo de jóvenes promueve su arte. Uno de ellos, quien se hace llamar *Shade*, es el que accede a hablar de lo que hacen. “Nosotros tratamos de sacar algo diferente a lo que ya hay en el mercado. Constantemente estamos ideando cosas, adaptando el antifaz a diferentes objetos”.

Se confiesa: “Nosotros somos muy inquietos en cuanto a creatividad”. Las máscaras no sólo las plasman en mochilas y sudaderas; también en los graffiti que pintan desde hace 13 años. Su vida, sin duda, está entregada a la lucha.

Del ring a la pasarela

La lucha libre atraviesa por un momento de auge que la ha convertido en un fenómeno omnipresente. Hoy, el cuadrilátero no es el único escenario, pues ha encontrado espacios protagónicos en el mundo de la moda y el diseño. Nombres como los de Eduardo Escobar y Sergio Alcalá, entre otros, y cuyo trabajo se expone en estas páginas, son ejemplo de este fenómeno.

Quien también encuentra motivo de inspiración en la cotidianidad de la gran ciudad es Daniel Gutiérrez. En sus prendas rinde un homenaje a quienes salen a la calle a sortear las inclemencias de la vida diaria y se convierten en héroes sin máscara. Bajo esta lógica todos podríamos ser un gran luchador y cualquier luchador podría ser alguien entre nosotros.

“La moda —reflexiona— es el motivo que vincula al espectador con la lucha libre. El glamour es la forma de seducirlo, aunque de igual manera es un intento por llamar la atención a los problemas que nos aquejan de forma cada vez más generalizada”.

Para la fotógrafa mexicana Lourdes Grobet, la lucha libre no vive boom alguno, simplemente atraviesa por un reposicionamiento estamental. Las clases que ayer la desdaban hoy la aclaman a gritos. “Era considerado el deporte de los pobres, a nadie le interesaba. Estaba completamente relegado”, explica. Recuerda con claridad cómo antes a ella la tachaban de naca: “hoy hay muchos nacos”, dice.

La lucha libre es peligrosa no por violenta sino por seductora. Atrae, atrapa y conquista sin cautela. Bien podríamos clasificarla de endémica o pedir para ella una denominación de origen; no hay nada en el mundo como ella. La disciplina-deporte-espectáculo seguirá vigente entre nosotros mientras nosotros sigamos en este combate “sin límite de tiempo”, que es la vida. •

