

---

## NUEVOS ESPECTADORES: REVOLUCIÓN EN LA LUCHA LIBRE MEXICANA A PARTIR DE APARICIÓN DE *STREAMING*

---

**Patricia Celis Banegas<sup>1</sup>**

---

**Sección:** Reseñas

**Recibido:** 11/03/2020

**Aceptado:** 20/03/2020

**Publicado:** 23/04/2020

---

### Introducción

La lucha libre ingresa a México como un deporte conocido como catch a principios del siglo XX mediante procesos de amalgama e hibridación cultural se fue delimitando como un fenómeno local, que posee características particulares como el uso de máscaras, las interacciones entre el público y los luchadores, la construcción de los personajes, las rivalidades, y las dinastías.

En 1933 se profesionalizó de la mano de Salvador Luttheroth, que en prácticamente una década fue sustituyendo los luchadores foráneos por mexicanos. En este camino, los luchadores mexicanos comenzaron a interactuar con el público y a generar personajes que se asociaron con rapidez a la cultura popular mexicana.

México creó sus propios héroes que le hablaban e interactuaban con su gente, desarrollaron hilos narrativos en torno al antagonismo entre rudos y técnicos y fungieron como un espacio de catarsis y diversión que enriqueció la cultura popular mexicana.

Con el paso del tiempo, se fueron agregando dispositivos tecnológicos que variaron la interacción con los espectadores y las llevaron más allá de las arenas.

### La lucha libre en México

La lucha libre tuvo sus primeros contactos con México en 1863, durante la intervención francesa en México. Recién a partir de 1910, comienzan a visitar México diferentes espectáculos de lucha libre de la mano de empresarios extranjeros.

---

<sup>1</sup> Profesora de la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad Iberoamericana de la CDMX. Correo electrónico: [celisbanegas@gmail.com](mailto:celisbanegas@gmail.com)  <https://orcid.org/0000-0002-5910-0968>

Posteriormente, empresarios mexicanos comienzan a interesarse por el negocio de la lucha libre, como una forma de desarrollar nuevos productos de entretenimiento. En principio, se adaptan teatros para las funciones como, por ejemplo, el Teatro Tívoli, La Arena Degollado (1927) y la Arena Nacional (1930).

De la mano del empresario Salvador Lutteroth González, (pionero en la producción de espectáculos locales) comienza a profesionalizarse el deporte en tierras aztecas. Los primeros espectáculos en México tuvieron carteleras internacionales, a pesar de que ya existían luchadores locales. El debut de la Compañía se realizó el 21 de septiembre de 1933 en la Arena Modelo (actual Arena México). Allí hicieron su aparición tanto luchadores foráneos como locales de la talla de Black Guzmán, Bobby Bonales, Gori Guerrero, Tarzán López y el Santo.

Con el paso del tiempo, comenzaron a emerger figuras populares locales que modificaron definitivamente la escena. Un cambio drástico impuesto por los mismos luchadores fue la utilización de máscaras para las contiendas. Esta modificación fue adoptada vertiginosamente por la mayoría de los luchadores, que ya en una década poblaron de personajes imaginarios la lucha libre. Con respecto a la utilización de máscaras en la lucha libre, ésta se remonta a 1933, cuando un luchador norteamericano, Ciclón McKey, encargó la confección de una máscara de cuero al taller de curtido de Antonio Martínez. Curiosamente, el uso de su máscara le generó una nueva identidad: "La Maravilla Enmascarada". Recién hacia 1937 aparece el primer luchador mexicano en utilizar máscara. Su nombre era Jesús Velásquez Quintero, y se hizo llamar "Murciélagos Enmascarado". Dos años después Octavio Gaona, le quitó su máscara y así fue como Velásquez Quintero perdió su identidad como luchador, y retomó su nombre de nacimiento: pasó de su identidad espectacular a su identidad discreta.

En sólo dos décadas las máscaras fueron adoptadas por la mayoría de los luchadores. Estas prácticas locales que la fueron alejando poco a poco de la lucha libre practicada en otras latitudes. La lucha libre no fue mantenida como producto foráneo, sino que fue generando sus propias narrativas, vestuarios, máscaras, asociados a un particular vínculo con los luchadores que fue creciendo con las décadas. En aquellos momentos la lucha libre se vivía a través del vínculo con los luchadores, de hecho podían vincularse con el público entre 30 y 40 minutos antes de empezar el combate, los rudos tenían un show aparte con los espectadores.

De hecho la aparición de las máscaras como parte del ritual generó un cambio en cuanto al tipo de personajes creados, que según Heather Levi, acercan a la lucha libre a un tipo de dramaturgia asociada al realismo mágico (Levi, 2008).

Se considera que en la década de los 50 la lucha libre mexicana poseía su propia identidad, en los años siguientes se desplegará a lo largo de la república mexicana, en especial el centro y el norte del país. En su desarrollo, incorporará sus elementos característicos, como lo son la máscara, la relación con el público y su ritualidad característica.

La empresa logró un crecimiento continuo conocido como la época de oro de la lucha libre, que comenzó con la construcción de las arenas dispuestas a su fin, el desarrollo del cine de luchadores. En este período, el cine de luchadores comienza a desarrollarse de forma vertiginosa: los héroes del ring pasan a ser héroes de la pantalla. Para la década de los 50, aparte del cine, la lucha libre estaba afianzada en diferentes medios gráficos, como revistas especializadas, comics, fotonovelas, lo que la transformó en un producto de consumo masivo. Entre 1960 y 1970, el apogeo de la lucha libre continúa en México, con grandes figuras como Blue Demon, Black Shadow, Médico asesino, Rayo de Jalisco, Dr. Wagner, Ray Mendoza, huracán Ramírez, entre muchos otros. Ya en las décadas posteriores, la lucha libre tuvo una etapa donde se confinó a las arenas y a las revistas de lucha libre.

### **La lucha libre como performance cultural**

Este deporte espectáculo ha construido su propia iconografía y un campo simbólico característico y específico que ha rebasado otras esferas de la vida cotidiana mexicana.

Los encuentros de lucha libre funcionan como espacios de consenso social, que en el mismo momento de ser vividos son aceptados como reales. Para Diana Taylor (2001) las performances funcionan como actos vitales de transferencia, que transmiten saber social, memoria, y sentido de identidad a través de acciones reiteradas.

Estas acciones pueden entenderse como esquemas ensayados previamente por los performers que puestos en escena van cambiando de tono, de intensidad, de vitalidad, conforme a la inclusión de los espectadores que intervienen lo ya intervenido. La lucha libre conforma un verosímil sostenido por un simulacro acordado entre luchadores entre sí, con la participación y complicidad de los espectadores.

El público que asiste a las arenas participa activamente de la performance. Puede entenderse a las Arenas como un ámbito propicio para comunicarse con otros, gritar, insultar, alabar a ídolos, en un ambiente donde son lícitas estas acciones. Aquí estamos en presencia de una puesta en escena compartida entre los participantes de la lucha y el público presente. La lucha libre mexicana tiene la particularidad de hacer resonar todo lo que allí adentro se encuentra, es un vaivén continuo que va del rito al teatro.

En palabras de Barthes (1986), el espectador está a la espera de la explosión momentánea de determinadas pasiones, logrando así una conjunción de sentidos yuxtapuestos:

Se trata pues de una verdadera comedia humana, donde los matices más sociales de la pasión (fatuidad, derecho, crueldad refinada, sentido del desquite) encuentran siempre felizmente el signo más claro que pueda encarnarlos, expresarlos y llevarlos triunfalmente hasta los confines de la sala. (p. 21)

Participar en este tipo de performance implica desubicarse para reubicarse en un mundo simbólico recreado en un lapso de tiempo determinado. La audiencia es llevada a asumir roles diferentes de los que habitualmente desempeña en la vida cotidiana, en palabras de Ervin Goffman (2001), sale de su fachada social. El espectáculo tiene una alta dosis de catarsis y liberación de tonalidades afectivas por parte del público, que al aceptar un contrato implícito es juez y parte de lo que ve.

En términos generales los luchadores se dividen en dos facciones: técnicos y rudos (Padilla Coronado, 1994). Los luchadores técnicos son aquellos ágiles, que manejan los saltos aéreos y son fieles a las técnicas de "llaveos" propias de la lucha grecorromana, la lucha callejera y la lucha libre. Su principal característica está asociada a mantener y sostener el reglamento. En la esquina opuesta, se encuentran sus antagonistas: los luchadores rudos son aquellos que no respetan las reglas, utilizan acciones como morder, propinar puñetazos, etc. Esta antítesis entre luchadores que muestra la distancia entre el bien y el mal, lo correcto e incorrecto, son las bases narrativas que construyen los argumentos en la lucha libre mexicana. Históricamente los aficionados han seguido a un bando u a otro.

Esta práctica comenzó en el siglo pasado y sigue siendo eficaz a nivel simbólico porque su estructura se sustenta en un grupo de luchadores que juegan roles míticos, fantásticos y cotidianos junto con sus espectadores que transforman esos discursos, los apropian, repelen y los modifican en un diálogo continuo.

Según Schechner (2010), los espectadores de las performances son instigados a conversar consigo mismos, y a dar su veredicto sobre las relaciones de poder y dominación, o sobre problemas no resueltos en una sociedad en busca de respuesta. Siguiendo a Patrice Pavis (2011), en la actualidad el análisis de espectáculos desde una visión antropológica debe ampliarse a otros fenómenos más allá del teatro, ya que responden a contextos culturales más amplios:

Este contexto no solamente comprende la preparación del espectáculo, y las reacciones del público implicado, sino que incluye también el conjunto de las prácticas socioculturales que "transportan" al espectáculo. (p. 176)

Con respecto a los espectadores, Guzmán Wolffer (2017) argumenta que no sólo los que usan prendas especiales son los luchadores, los espectadores, al igual que con otros deportes, pueden ir ataviado con máscaras, playeras que ya no representan a equipos, sino a luchadores o a dinastías o grupos.

El público no es ni una masa ni individuos, es un emergente de una relación social compleja (performance), también es un emergente contingente. En el mismo espectáculo puede tener reacciones contrapuestas alejadas de la lógica, del bien o el mal, rudos o técnicos.



**Figura 1.** El público como parte del espectáculo, Ecatepec, Estado de México. Fuente: imagen propia (febrero 2020).

El público no sólo es reactivo ante el espectáculo, sino que hay un espectáculo en sí mismo en el público. La burla, el reclamo, la comida y la bebida son los puntos en común de estos públicos para nada pasivos y estáticos.

Soto Ramírez (2009), sostiene que el amor por la transgresión es la paradoja de base que sostiene la Lucha libre mexicana: el espectáculo de la lucha libre se basa en violentar las reglas. A cada momento tanto los luchadores como los espectadores saltan las reglas: bajan del ring, golpean de varios a un adversario, incluso los árbitros, que son los encargados de sostener las normas, también las infringen, por ejemplo, en la velocidad con la que cuentan.

Por lo tanto, la lucha libre no es un deporte espectáculo para ser contemplado, sino para participar en él. Si la presencia de los luchadores es definitoria para la realización de los eventos, entonces también lo es la presencia del aficionado.

En conclusión, comprender a la lucha libre mexicana entendida como una performance cultural abre caminos para su estudio y análisis. Una de estas vías de acceso se centra en lo que acontece dentro de las arenas, otro camino se asocia a los productos culturales y de consumo que devienen de ella, y finalmente, una nueva línea temática se vincula al estudio de las mediaciones y las nuevas producciones en otros dominios que surgen inspiradas en su seno. Cabe considerar que las líneas de análisis contemporáneas de la lucha libre asociadas a nuevas formas comunicacionales poseen un alto nivel de complejidad ya que trascienden las fronteras mexicanas. No sólo son nuevas audiencias, también incluyen a audiencias extranjeras

## La lucha libre y la televisión

Las primeras transmisiones televisadas de lucha libre iniciaron en los años 50 por iniciativa del empresario Emilio Azcárraga Vidaurreta. A lo largo de la historia, la lucha libre mexicana sufrió varias prohibiciones que fueron fundamentales en la construcción de su tradición. En 1956, Ernesto Uruchurtu pasó a la historia mexicana con el apodo del regente de Hierro, prohibió la televisación de la lucha libre por considerarla alejada de la moral.

Estos dos hitos marcan un cambio en la lucha libre, ya que alejada de la televisión, se acercó al teatro (entendido como actuación), reorganizó sus tiempos y logró construir su propia mística y rituales.

Así mismo, La lucha libre se acercó a la gente y la gente se acercó a la lucha libre sin intermediarios y comenzaron a ser parte del espectáculo. Para Heather Levi (2016), el quiebre de género entre la lucha americana y la mexicana está especialmente relacionado a este evento. En Estados Unidos de América la lucha se organizó desde sus orígenes como un producto televisivo, mientras que en México se adaptó a los requerimientos de la televisión.

Entre 1960 y 1970, es el apogeo de la lucha libre en México, con grandes figuras como Blue Demon, Black Shadow, Médico asesino, Rayo de Jalisco, Dr. Wagner, Ray Mendoza, huracán Ramírez, entre muchos otros.

En 1975, un promotor de Pachuca, Francisco Flores, vio la oportunidad de generar otros eventos y en enero de ese año realizó una función estelar en el Palacio de los Deportes en conjunción con Producciones Mora y otros promotores de menor alcance. Este atrajo luchadores de renombre debido al cambio en el sistema de pago, que paso del antiguo porcentaje a regalías fijas, conocidas de antemano por el luchador.

Del Palacio de los Deportes se trasladaron a un espacio ya existente denominado El Toreo de 4 caminos. Las grandes figuras de la Lucha libre estuvieron presentes en esta arena, incluyendo al Santo y Blue Demon. En esa misma época otras arenas independientes vieron su apogeo, como lo fue la arena Nezahualcóyotl.

Para 1990, Empresa mexicana de Lucha libre (EMLL) era la única empresa grande y diversos promotores pequeños que trabajaban con una inmensa cantidad de luchadores independientes. En ese momento comienzan a televisarse nuevamente las luchas y Antonio Peña deja la administración de la empresa líder para formar su propio negocio.

Antonio Peña y Alejandro Burillo forman la empresa Asesoría Asistencia y Administración de espectáculos (AAA). Con este nombre marcarán un nuevo rumbo para la lucha libre, donde lo fundamental pasa a ser el espectáculo por encima del deporte. La lucha libre recrea patrones estadounidenses y busca en la mercadotecnia su principal fuente de inspiración. Aparecen edecanes, y juegos de luces y sonido para acompañar la lucha. Este tipo de lucha también quiebra el

esquema original compuesto por llaveos y contrallaveos, en post de una lucha más ágil y vistosa que en ocasiones incorpora artefactos como sillas, mesas, escaleras, etc. Este tipo de lucha son verdaderos eventos televisivos.

Con el nacimiento de la AAA, se generan en México dos estilos diferentes de espectáculo. El tradicional, en el que los luchadores siguen siendo considerados deportistas y el esquema de AAA que ofrece más show que deporte.

La nueva empresa toma el modelo americano, en principio porque el ritmo americano estaba en función de la televisación.

En 1991, el EMLL cambia su nombre al que mantiene actualmente: Consejo Mundial de Lucha Libre. Construye su DNA en torno al deporte en conjunción con el espectáculo, el desarrollo de rivalidades locales y con evento anuales como son el Homenaje a Dos leyendas y El aniversario.

Cuando la lucha libre volvió a la televisión y las dos grandes empresas (Consejo Mundial de lucha libre y AAA) comenzaron a ser grandes estrategias de la mercadotecnia.

La lucha libre mexicana nunca dejó los grandes centros urbanos y supo anclarse en la TV y luego pasar a otros formatos ya digitales que incrementaron la publicidad y el desarrollo del deporte espectáculo.

La lucha libre se constituyó en "el segundo deporte más visto en el país". De acuerdo con la empresa de medición de audiencia Ibope, las funciones televisadas obtuvieron en 2001 un promedio anual de 6.75 puntos de rating, por encima de todos los demás deportes a excepción del fútbol, que alcanzó un nivel medio de nueve puntos.

Televisa ha sido el primer inversor en esta etapa, y poseía un conjunto de condiciones para hacer posible la transmisión, como lo son los acotar los tiempos de comienzo de las luchas, un cambio en la iluminación y en los espacios que los luchadores podían disponer. El público pasó a segundo plano.

En este proceso histórico que incluye a la televisión como parte de su desarrollo, la lucha libre mexicana ha ido cambiando, pero aún así conserva sus principales características definitorias basadas en la utilización de máscaras, la interacción con el público y la tradición de las dinastías que permiten seguir concibiéndola como un fenómeno único que se sostiene en la cultura popular mexicana.

Muchas empresas de comunicación se han interesado y han realizado convenios con diferentes empresas y arenas: Televisa, TV Azteca, Galavisión, ESPN, Space y Claro TV son algunos ejemplos.

Hoy la lucha libre está presente en la televisión mexicana, transmite otros productos aparte de las funciones de lucha: con reality shows, documentales, aparición en novelas y series, como por ejemplo "Blue Demon", que tienen formatos semejantes a las telenovelas y que de algún modo acercan la lucha libre a otros públicos.

Claramente, el telespectador de lucha libre genera un vínculo diferente a la presencia en las arenas, ya sea porque observa sin interactuar directamente en la

contienda o porque en ocasiones sólo recibe retazos de lo ocurrido. Comparando ambos espectadores, uno de ellos es activo y se expresa por diferentes canales de comunicación, mientras que el telespectador sólo tiene la posibilidad de generar discursos, conversar acerca de lo ocurrido. Una circulación es parte del fenómeno y la otra es siempre posterior.

Otra diferencia crucial que vive un espectador que asiste a las arenas, es la inversión económica, que incluye el boleto, bebidas, botanas e incluso una serie de recuerdos que pueden comprarse en las arenas. La lucha libre también es una experiencia de consumo integral. Desde la comodidad del hogar el gasto económico y energético se diluye. La lucha libre logró llegar a otros espectadores que no consumían las funciones de lucha libre, pero que sí estaban dispuestos a verlo desde su casa.

Como contrapartida, la lucha libre en ocasiones fue presentada fragmentada e incluso maquillada, ya que la sangre en principio no debía mostrarse, y también quedaban proscriptos luchadores exóticos y a menudo amazonas. Este recorte modificaba la percepción de la lucha libre como un todo, que construye un hilo narrativo continuo a lo largo de la función.

### **La lucha libre y los nuevos formatos digitales**

La evolución de la lucha libre no sólo está vinculada a la influencia de la televisión. En la actualidad las redes sociales y el streaming siguen modificando este fenómeno, se ha generado un nuevo estadio en el vínculo entre el espectáculo y su público: nuevos regímenes de la mirada y nuevas formas de interacción aparecen.

El primer paso fue el de compartir los contenidos televisados en YouTube, esto permitió a los espectadores volver a ver la función o elegir cuándo, cómo y dónde verla. También permitió internacionalizar más el deporte de los encordados. De hecho, en la actualidad se encuentra el mayor afluente de extranjeros registrados en las arenas, quizás vinculado a que las distancias se acortaron con la tecnología. Por ejemplo, las transmisiones de la empresa pionera cuentan con una presentación en japonés para los aficionados nipones.

Es importante recalcar que YouTube posee un acervo documental basto acerca de diferentes momentos de la lucha libre en México, en este momento su material también es valioso para adentrarse en la lucha libre a nivel histórico y geográfico.

Las grandes empresas de lucha libre (CMLL y AAA) se convirtieron en productoras de sus propios contenidos. Por ejemplo, los contenidos del Consejo Mundial se exhiben en tv abierta, en facebook live, y en el canal de Youtube. Existen diferentes plataformas adaptadas a nuevas audiencias.

Por otra parte la posibilidad del streaming les permite diversificar sus contenidos, que pueden ser generados para Youtube o para Facebook y luego por derrame llegar a otras redes.

El CMLL informa es un noticiero en vivo que cuenta con la presencia de público y que se transmite en vivo por sus plataformas. Interactúa el público en dos niveles: con su presencia o a través de preguntas y comentarios en las redes. Esta empresa también posee varios formatos abiertos a la comunicación directa como entrevistas, eventos y las mismas funciones.



**Figura 2.** Conferencia de prensa. Fuente: CMLL informa (febrero de 2020).

Con respecto a AAA, esta empresa tiene la característica de ser itinerante, y apoyar su mercadotecnia y visibilidad primero en la televisión y actualmente en plataformas de streaming. A nivel del negocio logra una sinergia fundamental para su evento emblemático, la Triplemanía que ha logrado índices de audiencia extraordinarios, y que le permite su vigencia en todo el territorio mexicano. Los aficionados de AAA, en ocasiones no asisten por las distancias que deben cubrir, pero tienen la posibilidad de seguir a la empresa en los nuevos formatos. De hecho, dicha empresa es un producto que fue ideado como producto televisivo.

Otros intentos de comercialización de la lucha libre han sido encabezados por Netflix que realizó una serie de productos documentales (Nuestra lucha libre) o productos de ficción como Lucha Underground, este último generaba rivalidades abajo del ring y luego eran dirimidas en un ring que carecía de público. Este producto resultó un híbrido entre los cánones de la lucha americana y la mexicana, y dejaba de lado el concepto de lucha libre como performance, construyéndola como una ficción sin contexto.

No sólo las empresas producen y generan sus propios contenidos, sino también lo hacen los luchadores y los aficionados. El streaming es un medio para la difusión de contenidos que llega a públicos fragmentados. Diferentes aristas conviven, hoy se pueden encontrar en medios digitales la filmación en vivo de un lucha, sumados a las imágenes capturadas por los espectadores, más los resúmenes, los comentarios, que vuelven a reformular lo visto.

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías que sostienen el streaming, las narrativas de la lucha y sus rivalidades se encuentran ya no en una secuencia

temporal provocada por la transmisión de las funciones consecutivas. Hoy se suman los discursos generados por las empresas, los espectadores, los especialistas y los mismos luchadores, que se tejen en tramas de significados complejas y aleatorias.

La oferta se ha ampliado: existe un moaré de imágenes con las cuales el espectador debe lidiar. Diversas plataformas ofrecen trayectorias visuales preestablecidas para leer una lucha. Coexisten diferentes regímenes de la mirada que incluso llegan a modificar las mismas prácticas en los espectáculos filmados: se pasa del continuum de la lucha libre entendida como performance a la fragmentación del contenido y su posterior recorte e interpretación de la mano de infinidad de canales de YouTube que vuelven a significar lo ya resignificado.

Hoy, las revistas impresas y las páginas de las compañías tienen poco campo de acción, porque la verdadera acción está en las redes.

En este momento los luchadores manejan sus redes de acuerdo a sus propios criterios. Si bien pueden estar comprometidos con empresas, ellos han construido un marketing de sí mismos. Cuentan sus propias historias que pueden coincidir o no con el personaje que ocupan en la lucha libre. Comienza una nueva etapa, donde en muchos casos son más importantes las figuras que las compañías. Los luchadores generan contenidos de streaming con interacciones directas con sus seguidores, ya alejados del personaje, narrando su vida personal. La categoría rudo y técnico queda desdibujada afuera del ring.

En la actualidad, los fans también comenzaron a desarrollar contenidos propios en principio lanzados principalmente desde Facebook y YouTube para luego expandirse hacia otras redes. Ya la lucha libre no era un mundo encriptado sólo para conocedores, sino que los discursos comenzaron a expandirse en muchas voces y contenidos.

En las transmisiones en vivo en YouTube se genera un nuevo tipo de interacción entre los espectadores: opinan, se conocen, insultan, incluso generan comentarios que alientan la risa. En cierto grado mantienen el humor propio de las arenas, aunque no participan todos los espectadores en estas interacciones.

Las historias pueden surgir en un canal de YouTube, de allí trasladarse a foros de discusión y luego interpelarse a los luchadores por sus acciones y estos responder en las arenas o incluso en la televisión u otros formatos de streaming. Ya las narrativas no son lineales ni predecibles y su impacto y expansión repercute en el cine, los memes, las artes visuales, la narrativa contemporánea, que llega incluso a los cuentos de niños, ya con héroes contradictorios, carnales y urbanos.

De hecho, existen canales de YouTube que se dedican a promover y desarrollar e informar acerca de la lucha libre. Tienen sus propios reporteros y especialistas y se han construido como comunidades de discusión. Ellos son +Lucha, Lucha TV, Nación MX, Videos Oxigenados, Superkick TV, Lucha Noticias, entre otros, que poseen entre 20.000 suscriptores hasta 650.000. Cada uno de estos canales tiene un estilo narrativo y permite acceder a arenas y espacios que van desde Tijuana hasta el Estado de México. Muchos se constituyen como

canales de noticias que estructuran crónicas deportivas e incluyen reportajes en las arenas.

Sus seguidores son muy activos en comentarios e intervenciones, donde el punto crucial es el desarrollo de un conocimiento que debe mostrarse y compartirse.

La lucha libre hoy es portátil, se lleva en los celulares, y rinde su batalla más grande afuera de las arenas, en donde los productos de circulación abrieron la discusión afuera de los rings.

Si se define el streaming como aquellos servicios de video en línea que pueden consumirse en vivo o diferido. Los consumidores pueden generar sus propios contenidos en las arenas, e incluso la temporalidad se ve desfasada. Y también pueden recortar y armar su producto depurado con base en sus preferencias.

En la actualidad, como dicen los mismos luchadores, existen aficionados que no han pisado las arenas y que viven la lucha como un espectáculo fundamentalmente visual. Ha comenzado una nueva era donde los tiempos cortos, la repetición y la instantaneidad generarán nuevos espectadores. Hoy la lucha libre está a pasos de un nuevo cambio paradigmático, la pregunta es cómo adaptarse sin perder su raíz performativa.

## **Conclusiones**

106

Con la transmisión de televisión hubo una ruptura argumental y un primer quiebre en el vínculo directo del espectador con el espectáculo. Un segundo quiebre lo dan las tecnologías asociadas al streaming, que traen a la mano un mundo que cualquiera puede modificar, recortar, exaltar.

Los nuevos espectadores, sentados en sus hogares, generan un vínculo diferente, que los luchadores aún lo logran descifrar, las empresas van atrás de la innovación, las relaciones humanas van rezagadas.

La vida pública del luchador hoy se mezcla con el personaje, la asistencia a las arenas hoy se equipará a expertos de pantalla.

La descripción de los procesos que se dan en la lucha libre puede ser extensivos a otras prácticas humanas. Para Richard Sennett la televisación de eventos produce un efecto narcótico que en vez de que el espectador sea parte de la performance, se torna solamente receptor, sin roces ni olores, ni temperaturas no controladas, en hogares asépticos. El alejamiento de la agonía del otro y de la propia es lo que prima en esta modernidad aletargada. Ya con el regreso de la Tv en la década de los 90, comenzaron a desarrollarse compañías, con estéticas norteamericanas, hechas a la carta, para poder observar sin participar.

En las nuevas formas de participación, donde la opinión es lo único que queda, la incógnita cercana de la lucha libre es si podrá mantener sus características distintivas en un mundo globalizado.

---

## REFERENCIAS

---

- AAVV. (2015). Lucha libre: relatos sin límite de tiempo. Artes de México. N 119.
- AAVV. (2016). Lucha libre: Dos al hilo. Artes de México. N 120.
- Anderson, R. E I Carter (1994). La conducta humana en el medio social. Enfoque sistémico de la sociedad. Barcelona, España: Ed. Gedisa.
- Argyle, M. (1983). Análisis de la interacción. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu
- Barbero, M. (1987). De los medios a las mediaciones. Ciudad de México, México: Gustavo Gili.
- Barthes, R. (1980). Mitologías. Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Bauman, Z. (2006). Modernidad líquida. Buenos Aires, Argentina: F.C.E.
- Bertaccini, T. (2001). Realidad y ficción del héroe popular. Ciudad de México, México: Universidad Iberoamericana (UIA)-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- Blumer, H. y G., Mugny (1992). Psicología Social. Modelos de interacción. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.
- Bonilla Arjona, J, R., Maroto Illera, C., Cabrerizo Sanz (2012). Las industrias culturales y creativas. Un Sector clave en la Nueva economía. Buenos Aires, Argentina: Fundación Ideas.
- Bourdieu, P. (2007). El sentido práctico. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI.
- Chow, B., E. Laine & C. Warden (2017). Performance and professional wrestling. Roudtledge. New York.
- Criollo, R., J. Nívar & R. Aviña. (2011). Quiero ver sangre. Historia ilustrada del cine de luchadores. Ciudad de México, México: UNAM.
- Fernández, J. L. (2009). Broadcast yourself: ¿oxímoron o confusión entre medios? Comunicar, 17(33), 55-61.
- García Canclini, N. (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Ciudad de México, México: Grijalbo.
- García Canclini, N. (2007). Lectores, espectadores e internautas. Buenos Aires, Argentina: Gedisa.
- Garfias Frías, J.A. (2012) Sin Cara en el proceso de transculturación de la lucha libre norteamericana en México. En: Desafíos a la migración. Ciudad de México, México: UNAM.
- Goffman, E. (1994). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Grobet, L. (2005). Espectacular de lucha libre. Ciudad de México, México: Trilce-Oceano- Conaculta.
- Gutiérrez, A. (2016). Antifaz de lucha libre. 1320 máscaras caídas y primeros enmascarados. Ciudad de México, México: independiente.

- Intirago, E. (2016): Análisis de tecnologías de streaming: evaluación de protocolos y diseño de un caso de estudio. Tesis de Maestría en Telecomunicaciones. Universidad Politécnica de Madrid, España.
- Jeffcutt, P., & Pratt, A. C. (2002). Managing creativity in the cultural industries. *Creativity and innovation management*, 11(4), 225-233.
- Lash, S., & Lury, C. (2007). *Global culture industry: The mediation of things*. Cambridge, United Kingdom: Polity.
- Levi, H. (1997). Sport and melodrama: The case of Mexican professional wrestling. *Social Text*, (50), 57-68.
- Levi, H. (2008) *The world of lucha libre. Secrets, revelations, and Mexican national identity*. Durham, United States of America: Duke University Press.
- Levi-Strauss, C. (1985). *La vía de las máscaras*. Ciudad de México, México: Siglo XXI.
- Marc, E. Y D. Picard (1992). *La interacción social*. Barcelona, España: Paidós.
- Mazer, S. (1998). *Professional wrestling: Sport and spectacle*. Mississippi, United States of America: Univ. Press of Mississippi.
- Mauss, M. (1971). *Sociología y Antropología*. Madrid España: Tecnos
- Miranda Fascinetto, L. (1992). *Sin máscara ni cabellera*. Ciudad de México, México: Marc Ed.
- Möbius, J. (2007) *Y detrás de la máscara...el pueblo: Lucha libre, un espectáculo popular mexicano entre la tradición y la modernidad*. Ciudad de México, México: UNAM.
- Monroy Olvera, H. & M. Reducindo Zaldivar (2017). *Lucha Libre 85 años*. Ciudad de México, México: AM Editores.
- Monsiváis, C. (1995). *Rituales del caos*. Ciudad de México, México: Era.
- Padilla Coronado, S. (1994). "60 años de Lucha Libre en México: técnicos y rudos, ídolos de la afición", UNAM, ENEP-Aragón. *Comunicación y Periodismo*. 355
- Pavis, P. (2011). *El análisis de los espectáculos*. Barcelona, España: Paidós.
- Prieto Stambaugh, A. (2009). ¡Lucha libre! Actuaciones de teatralidad y performance. *Actualidad de las artes escénicas. Perspectiva latinoamericana*, Domingo Adame (ed.) México: Universidad Veracruzana – Facultad de Teatro, pp. 116-143.
- Schechner, R. (2000). *Performance. Teoría y prácticas interculturales*. Buenos Aires, Argentina: Libros del Rojas- UBA.
- Schechner, R. (2010). *Estudios de la representación. Una introducción*. Ciudad de México, México: FCE.
- Sennett, R. (1997). *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la sociedad occidental*. Madrid, España: Alianza.
- Soto Ramírez, J. (2009). *Antropología Social de La lucha Libre en México*. (Tesis de Doctorado) Ciudad de México, México: INAH.
- Taylor, D., & Fuentes, M. (2011). *Estudios avanzados de performance*. Ciudad de México, México: FCE.
- Taylor, D. (2012). *Performance*. Buenos Aires, Argentina: Asunto impreso.

- Verón, E. (1993). La semiosis social. Barcelona, España: Gedisa.
- Vidal, D. (2014). El productor audiovisual frente al nuevo canal streaming: retos y obstáculos en la era digital. Tesis de Maestría en Comunicación. UNAM. México.
- Vigil, A. & J. Mares Martínez. (2010). Sin límite de tiempo. Crónicas de la lucha libre. Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Villarreal, H. (2009). Simulacro, catarsis y espectáculo mediático en la lucha libre. Razón y Palabra, 69, pp. 1-11. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.



“Nuevos espectadores: revolución en la lucha libre mexicana a partir de la aparición del streaming” por Patricia Celis Banegas está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)