

TÍTULO
***“MMA FANZINE: UNA PUBLICACIÓN SOBRE ARTES MARCIALES Y ARTES MARCIALES
MIXTAS”***

AUTOR
FELIPE GONZÁLEZ SAAVEDRA

TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE
COMUNICADOR SOCIAL

CAMPO PROFESIONAL
PERIODISMO

DIRECTOR
SERGIO RONCALLO DOW

PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

BOGOTÁ

2014

Artículo 23, Resolución # 13 de 1946:

“La Universidad no se hace responsable por los conceptos emitidos por sus alumnos en sus trabajos de tesis. Solo velará porque no se publique nada contrario al dogma y a la moral católica y porque las tesis no contengan ataques personales contra persona alguna, antes bien, se vean en ellas el anhelo de buscar la verdad y la justicia ”.

INDICE

0. Introducción.....	00
1. Nacimiento y auge de las artes marciales mixtas.....	00
1.1 ROUND 1. Artes marciales y la supremacía de un estilo.....	01
1.2 ROUND 2. UFC I o el primer torneo de artes marciales mixtas.....	02
1.3 ROUND 3. The Ultimate Fighter y la pelea que cambió la historia.....	03
1.4 ROUND 4. El deporte de mayor crecimiento en el mundo.....	04
1.5 ROUND 5. De peleador de MMA a superestrella del octágono.....	05
2. El fanzine como formato para fanáticos	06
2.1 Breve historia y génesis del fanzine.....	07
2.2 Principales características del fanzine.....	08
2.3 Experiencias similares.....	09
3. El periodismo narrativo y las decisiones editoriales	10
3.1 El estilo de esta publicación.....	11
3.2 Sobre las decisiones editoriales de este proyecto.....	12
4. Conclusiones.....	15
5. Bibliografía.....	13
6. Imágenes.....	14

0. INTRODUCCIÓN.

Como el mismísimo inicio de este escrito, el nacimiento del proyecto que me dispongo a presentar a continuación puede describirse muy acertadamente como un fenómeno de generación espontánea, fenómeno que sin embargo nace de una necesidad muy clara y concreta: escribir sobre artes marciales mixtas (MMA [*Mixed Martial Arts*] por sus siglas en inglés), un tema sobre el que, en Colombia, prácticamente nadie escribe. No al menos desde la línea editorial que determinó la selección de temas y el enfoque de los artículos de este proyecto.

En pleno advenimiento del deporte de las MMA a Colombia, los contenidos escritos producidos en el país (a propósito de lo que sucede en la escena nacional e internacional) se limitan apenas a un puñado de cuentas en Twitter que solo existen en 140 caracteres, a las páginas o los perfiles de los gimnasios y los peleadores en Facebook y a un grupo mínimo de individuos que cubren los eventos locales en fotografía y video, pero usualmente sin texto. En el país no existen *websites* especializados, no existen revistas impresas especializadas y en general no hay un gran cubrimiento periodístico de actualidad o un gran contenido escrito sobre MMA.

Sin embargo, sí resulta evidente que hay un público interesado en el tema y un círculo de fanáticos que progresivamente se expande a partir de la proliferación de eventos locales (a pesar de la desprolijidad y los errores en todos ellos) y la exposición a contenidos relacionados al MMA en televisión nacional (incluyendo la transmisión de algunos de esos eventos). De esa forma, este proyecto, dirigido tanto a los *casual fans* (fans casuales) como a los *hardcore fans* (fans expertos), pretende llenar una porción de ese vacío, entregando contenidos de MMA en un formato novedoso y con artículos de calidad y precisión periodística, pero también narrativa.

En este sentido, este proyecto es también un ejercicio de escritura, cuya intención no es otra que buscar un tono y un estilo particular que me permita esquivar algunos de

los lugares más comunes del periodismo tradicional, explorando las formas de géneros como el relato, la crónica, la entrevista o la memoria. Así, la decisión de embarcarme en una publicación impresa sobre MMA adquiere una dimensión periodística contundente, además de su más evidente dimensión editorial. ¿Ahora, por qué imprimir un contenido que bien podría estar en una plataforma digital aprovechando las ventajas económicas, de difusión y de distribución que este último formato permite?

La respuesta tiene una buena dosis de nostalgia por la publicación impresa y por el *fanzine* como publicación para fanáticos. En un intento de reproducir en algún lector mi propio gusto por el impreso, y siguiendo un comentario del asesor de este proyecto que sugirió una posible relación entre el tema del MMA y el espíritu del *fanzine*, la decisión de imprimir es mi respuesta a la noción apocalíptica que pretende condenar a la cultura impresa y es también un intento de preservación del *fanzine*, como si de una especie en peligro de extinción se tratase.

Así las cosas, vale concluir esta breve introducción señalando al menos tres aspectos en los que este proyecto resulta relevante. En primer lugar, además de diversificar un panorama deportivo acaparado escandalosamente por el fútbol, la publicación pretende ser un aporte al entendimiento de las MMA, un deporte que ha ganado enorme popularidad en distintas latitudes y que ha sido catalogado como “el deporte de mayor crecimiento en el mundo”. En segunda instancia, la relevancia de este trabajo también puede identificarse en el estilo periodístico y la línea editorial que propone, indudablemente novedosa en relación a otros contenidos escritos en español sobre MMA. En tercera instancia, para finalizar, la publicación es también una invitación a que otros periodistas interesados en la órbita deportiva se especialicen y escriban sobre los deportes de contacto y sobre las MMA, misma situación para los artistas, diseñadores e ilustradores que pueden encontrar en este deporte un espacio para desarrollar sus propias inquietudes expresivas.

1. Nacimiento y auge de las artes marciales mixtas

En cinco rounds, este capítulo cuenta una breve y resumida historia de las MMA y su principal organización, la UFC.

1.1. ROUND 1. Artes marciales y la supremacía de un estilo

(Sobre las ideas y preguntas que impulsaron la aparición de las MMA)

“Empty your mind. Be formless. Shapeless. Like water. You put water into a cup, it becomes the cup. You put water into a bottle, it becomes the bottle. You put water into a teapot, it becomes the teapot. Water can flow or it can crash. Be water, my friend”.

Bruce Lee, artista marcial y estrella de cine.

Desde los albores de la humanidad, en cada cultura y en cada momento de la historia, el hombre, respondiendo a su instinto primigenio de luchar y combatir para preservar su vida, a utilizado su cuerpo como una herramienta de combate, útil para defenderse y atacar a sus semejantes (y a otras especies) ante una situación amenazante. Esos primitivos combates mano a mano o cuerpo a cuerpo, relacionados con la capacidad de supervivencia y autopreservación de cada individuo, establecieron a partir de la superioridad y la intimidación física jerarquías entre los grupos humanos de los que esos individuos hacían parte y de unos grupos humanos sobre otros. Se trata de aquello que Herbet Spencer, estudiando el concepto de selección natural en el “Origen de las Especies” de Charles Darwin, denominó “*survival of the fittest*” (supervivencia del más apto), concepto clave en la aparición de los deportes de combate y piedra angular de la mentalidad del luchador que compite en esas disciplinas.

La conceptualización de esas luchas y de esos combates como deporte, es decir, como una competencia en la que dos individuos regidos por un cuerpo de reglas para el desarrollo de la contienda ponen a prueba sus capacidades físicas (tamaño, fuerza, resistencia, rapidez) y su habilidad técnica (ejecución de maniobras) en busca de un ganador y un perdedor, se realizó en los Olímpicos celebrados en la Grecia Antigua, justas en la que aparecieron los dos primeros deportes de combate en Occidente: la lucha y el pugilato.

“Desde 776 AC hasta el 720 AC, los Olímpicos se basaban en deportes de atletismo, hasta que la lucha fue introducida en el 708 AC. Los combatientes participaban desnudos, se untaban aceite de oliva en el cuerpo y luego lo cubrían con arena para tener un mejor agarre. La desnudez era una forma de igualdad entre los participantes, sin importar la clase social de cada uno. En el 668 AC, el pugilato (pugilismo), o boxeo, se generalizó. A pesar de que los hombres no usaban guantes *per se*, si usaban tiras de cuero llamadas himantes para protegerse las manos. El boxeo era un deporte popular en los Olímpicos y creó la controversia sobre quién era mejor peleador: el boxeador o el luchador” (Gentry, 2011, p.4), inquietud por las supremacía de un estilo sobre otro que dio lugar al *pankration* (pancracio), para muchos el primer antecedente de las artes marciales mixtas, especialmente porque fundía en una disciplina la pelea de pie y la pelea en el piso, dos escenarios absolutamente distintos en el mundo de los deportes de combate.

“El autor griego Filóstrato afirmó que el mejor pankracionista sería un hombre fuerte que pudiera ser llamado el mejor luchador entre los boxeadores y el mejor boxeador entre los luchadores. Los hombres podían golpear con puños, patadas o cualquier parte del cuerpo y también podían luchar y continuar peleando en el piso. Hurgar los ojos y morder eran las únicas dos maniobras ilegales en pancraccio y los peleadores eran azotados por un árbitro si las violaban. Los combatientes peleaban desnudos, pero a diferencia del boxeo, no utilizaban guantes ni himantes. El objetivo del pancraccio era someter al oponente por cualquier medio necesario. Las peleas continuaban hasta la sumisión, la muerte o la puesta del sol; en este último caso, se decidía al vencedor ejecutando el *klimax*. En el klimax, el ganador del sorteo se ubicaba encima de su oponente, en cualquier posición que eligiera. Con el perdedor del sorteo obligado a quedarse quieto, al otro peleador se le permitía golpear de cualquier forma sin que su oponente pudiera esquivar el golpe. Entonces, si el peleador que recibía el golpe resistía, tendría la oportunidad de hacer lo mismo contra su oponente. Rara vez el klimax duró más de unos pocos turnos” (Gentry, 2011, p.4).

Así, por su capacidad de desempeñarse de pie y en el suelo, como boxeadores y como luchadores, los pankracionistas fueron elevados por encima de aquellos peleadores que solo practicaban una de las disciplinas y se mantuvieron como campeones respetados hasta el 339 AC, cuando el Emperador romano Teodosio puso fin a los antiguos juegos afirmando que no podían ser tolerados por la doctrina del Cristianismo, pues los juegos honraban a Zeus, un dios pagano. Con la desaparición de las justas (que no volvieron a realizarse hasta finales del siglo XIX), también desapareció el pankracion, el primer intento por enfrentar en una pelea dos estilos de combate diametralmente opuestos.



Imagen 1. Representación de un combate de pankration en una vasija griega.

La idea de enfrentar estilos y disciplinas resurgió nuevamente en la segunda mitad del siglo XX y tuvo dos protagonistas principales, uno directo y el otro indirecto: La Familia Gracie en Brasil y Bruce Lee en Estados Unidos, quienes tenían en común el hecho de que ambos aseguraban ser los creadores de un sistema de combate superior

a cualquier otro sistema o cualquier otra disciplina, y por lo tanto, podrían derrotar a cualquier oponente, en cualquier circunstancia. Además, tanto los Gracie como Lee estaban seguros de que aquello que se enseñaba en las escuelas de artes marciales de cada disciplina no servía para una situación real de pelea ni como sistemas de defensa personal efectivos.

“Muchos creen que realmente este deporte [MMA] es aquello que Bruce Lee vislumbró con sus notas sobre artes marciales, peleas, *cross-training* y *physical fitness*. En la década del sesenta, antes de convertirse en una superestrella de cine y desatar una locura mundial, Lee dedicó su vida a encontrar una conexión integral entre las artes marciales tradicionales y lo impredecible de un combate mano a mano genuino y real... Él se opuso a estar restringido por cualquier estilo o método de combate y prefirió mantener una mente abierta para adoptar o adaptar aquello que funcionaba y desechar aquello que no” (Gentry, 2011, p.1). Con esa intención y como fruto de propia experiencia como artista marcial, Lee introdujo el jeet kune do, la respuesta al tema principal de sus estudios: “la convergencia de los distintos estilos de combate en un solo fórum. De hecho, cuando se habla de jeet kune do, que no es un estilo sino una filosofía sobre las artes marciales, muchos lo definen como un “estilo sin estilo”” (Gentry, 2011, p. 2). Así, en su búsqueda, Lee llegó a la conclusión de que aquello que enseñaban las escuelas de artes marciales tradicionales que habían aparecido por Estados Unidos y Europa en las décadas del sesenta y setenta eran estilos vistosos y llamativos de kung fu, karate o tae kwon do que servían bien para impresionar en exhibiciones o hacer secuencias de acción en el cine, pero que no tenían utilidad práctica para un combate real y que solo tomando lo mejor de cada estilo y adaptándose a cada oponente podría edificarse una forma de combate superior al resto.

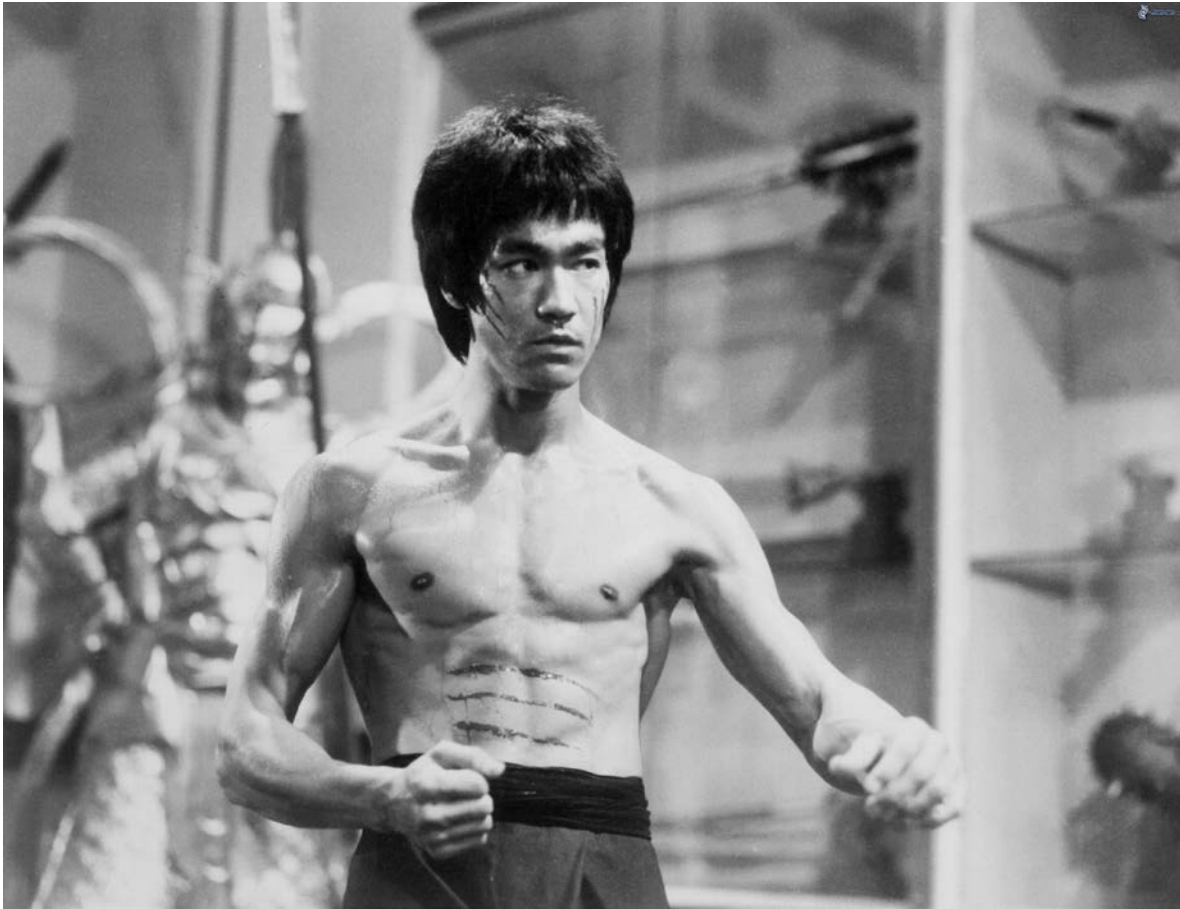


Imagen 2. Bruce Lee.

Por su parte, en las antípodas de lo planteado por Lee, se encontraban los Gracie, una familia con estirpe de peleadores cuyo primer gran representante fue Carlos Gracie, “El Creador de una Dinastía”, título de la biografía escrita por su hija Reila. La historia del clan Gracie comienza en 1921 cuando Carlos, nacido en 1902, comenzó a ser entrenado en Brasil por Mitsuyo Maeda, quien a su vez había sido entrenado en Japón por el gran maestro Jigoro Kano, un estudioso del jujutsu japonés y creador del judo a finales del siglo XIX. Maeda, de quien se dice jamás perdió una competencia de jujutsu/judo en más de 2.000 combates (Gentry, 2011), entrenó a Carlos durante cuatro años, en los que el mayor de los Gracie aprendió judo tradicional y jiu jitsu, una derivación del jujutsu/judo de Kano, más enfocada a la pelea en el piso y en las técnicas de sumisión que en los lances, las patadas y los golpes de puño del judo y la pelea de pie.

Enamorado del judo y el jiu jitsu enseñado por Maeda, Carlos dedicó su vida a perfeccionar ese arte y lo compartió con sus hermanos menores Oswaldo, Gastao y Jorge. Sin embargo, Hélio, el hermano menor, resultó ser el gran innovador de la familia y es a él a quien la mayoría reconoce como el fundador y creador del Gracie jiu jitsu o brazilian jiu jitsu, un estilo de lucha en el piso que Hélio perfeccionó y cuyas grandes ventajas eran su efectividad en una situación de pelea real y el hecho de que le permitía a un individuo físicamente más pequeño y más débil vencer a otros más grandes y más fuertes. Los Gracie, confiados en el arte de combate que habían desarrollado, mercadearon su estilo como la mejor forma de defensa personal y el mejor método de pelea y se aventuraron a retar peleadores y a probarlo contra cualquier tipo de contrincante en rings, dojos, clubes nocturnos, playas, calles y eventos de *vale tudo*, competencias en las que “todo vale” (no literalmente) y en las que los estudiantes de brazilian jiu jitsu se enfrentaban a exponentes de otras disciplinas.

El indiscutible éxito de los Gracie y sus continuas victorias en esos combates, que se encontraban entre lo legal y lo ilegal, entre la competencia deportiva y la violencia callejera, hicieron de la familia un mito, cuyo objetivo era revolucionar el panorama de las artes marciales, los deportes de contacto y los sistemas de defensa personal, expandiendo la marca Gracie por Estados Unidos. Allí, los integrantes de la familia también querían dejar claro que el suyo, el Gracie jiu jitsu o brazilian jiu jitsu, era el estilo de combate más efectivo y peligroso entre todos los estilos, métodos, disciplinas y sistemas de combate.

Rorion Gracie, el hermano de Hélio, sería el pionero de la familia en Estados Unidos y el primer exponente del brazilian jiu jitsu en ese país. Allí, luego de varios intentos y estrategias menores para dar a conocer su estilo de combate, Rorion conoció a Art Davie, quien se interesó en las afirmaciones de Rorion sobre el brazilian jiu jitsu, el estilo que podía vencer a cualquier otro estilo. Seducidos por una pregunta similar a los de los antiguos griegos cuando se interrogaron quién vencería entre el boxeador y

el luchador, Davie y Rorion, se entusiasmaron imaginando quién vencería entre un maestro de kung fu y un boxeador invicto, entre un kickboxer experto y un luchador de sumo o entre un karateka cinturón negro que se enfrenta a un condecorado luchador olímpico. Entonces, junto a WOW Promotions y el Semaphore Entertainment Group (SEG), Davie y Rorion idearon “The War of the Worlds” (La Guerra de los Mundos), el primer nombre promocional (que luego fue descartado) de lo que ampliamente se considera como el primer evento comercial de artes marciales mixtas: el Ultimate Fighting Championship o UFC I: The Beginning (Gentry, 2011) (Snowden, 2008).



Imagen 3. La familia Gracie en 1981.

1.2. ROUND 2. UFC I o el primer torneo de Artes Marciales Mixtas

(Sobre el primer torneo de MMA y la evolución de un nuevo deporte)

People were intrigued by the concept of style vs style. People have debated that forever. What if a wrestler fought a b6xer or fought a jiu-jitsu guy. That was the original lure, and the I think a couple of perosnalities, Royce and Shamrock, were intriguing to people. Word of mouth, 'Oh my God, yo have to see this'. People talked about it". (Snowden, 2008, p.37).

Dave Meltzer, periodista especializado en MMA.

Antes del UFC I, primer evento de la compa1a Ultimate Fighting Championship (UFC), los eventos de combates "sin reglas", conocidos como *vale tudo* en Brasil y como *no holds barred* en Estados Unidos, se organizaban de manera espor6dica y clandestina, en muchos casos de forma ilegal, para que artistas marciales y peleadores callejeros se enfrentaran para probar sus habilidades, su fortaleza y su valentía. Esos eventos, m6s crudos y reales que las competencias de lucha o los campeonatos de sumisiones, variaban en sus pocas reglas de un lugar a otro, pero tenían en com6n la idea de presentarse a sί mismos como peleas "sin reglas", tal como sucede en una pelea "real", una pelea "de verdad". Esos eventos, antecedentes desprolijos de un deporte en gestaci6n, fueron sintetizados en ese primer torneo, el UFC I, celebrado el 12 de noviembre de 1993 en el McNichols Sports Arena en Denver, Colorado.

La selecci6n de los ocho peleadores que participaron esa noche tuvo como criterio enfrentar distintos estilo de combate, con el objetivo de que las formas de pelear y las contexturas fśicas de los participantes contrastaran entre unos y otros. Asί las cosas, los invitado al torneo fueron Art Jimmerson, un experimentado boxeador estadounidense cuyo r6cord en este entonces exhibía un respetable 29-5; Gerard Gordeau, un holand6s experto en savate (kickboxing franc6s) y karate reconocido como un peligroso peleador callejero; Teila Tuli, un gigante de 400 libras nacido en Hawai que había competido y alcanzo fama como luchador de sumo en Jap6n; Patrick Smith, Zane Frazier y Kevir Rosier, tres kickboxers que no representaban lo mejor de

esa disciplina; Ken Shamrock, un luchador profesional que sería apodado 'El hombre más peligroso del mundo' y que haría un carrera legendaria como artista marcial mixto en el UFC y otras promociones; y por último, Royce Gracie, hijo de Hélio y hermano de Roison, seleccionado por su hermano para ser el hombre más pequeño en la competencia y el elegido para defender el honor de la familia y probar la efectividad del brazilian jiu jitsu. (Snowden, 2008).

La primera pelea de la noche, que enfrentó al enorme Teila Tuli contra Gourdeau, el experto en savate, apenas duró 26 segundos, suficiente tiempo para dejar impactados y mandar un mensaje a los aficionados, como lo recuerda Ken Shamrock. "Él [Gourdeau] lo pateo en la boca y un diente sale volando a la primera fila [otros dos habrían quedado incrustados en el pie del holandés]. Cuando eso pasó, no te digo mentiras, en ese lugar podía oírse la caída de un alfiler. En ese momento, todo el mundo se dio cuenta de qué se trataba realmente el UFC. Era el *no holds barred*/MMA original. Esa fue la pelea que marcó el tono" (Snowden, 2008, p.33).

La siguiente pelea, entre los kickboxers Frazier y Rosier, acabó con el primero en el hospital y el segundo victorioso pero con la mandíbula rota. Luego llegó el turno de los dos únicos peleadores con experiencia en la pelea de piso. En su debut en el octágono Royce Gracie sometió con facilidad a Jimmerson, mientras que Shamrock hizo lo mismo contra Smith, dos victorias fáciles que comenzaban a sugerir una ventaja para los peleadores que sí sabían qué hacer cuando la pelea llegaba a la lona.

Gourdeau se deshizo con facilidad de Rosier en la primera semifinal, que dio lugar al histórico primer encuentro entre Gracie y Shamrock en la segunda semifinal. En ese combate, que enfrentó a los dos peleadores de piso, terminó con Gracie sometiendo a Shamrock para avanzar a la final. A esta altura de la noche, Gourdeau tenía el pie vendado por los dientes de Tuli y ambas manos estropeadas, luego de fracturarse dos nudillos de su mano izquierda en la primera pelea y de fracturarse la derecha en el segundo duelo, mientras que Gracie llegaba en buenas condiciones para pelear luego de haber sometido a sus oponentes con relativa facilidad. La final no sería la excepción

y el prodigio del brazilian jiu jitsu sometió a Gordeau para ganar 50.000 dólares, dejar en lo más alto el Gracie jiu jitsu y el brazilian jiu jitsu, y proclamarse como el primer campeón del Ultimate Fighting Championship (Snowden, 2008).



Imagen 4. Royce Gracie vs. Gerard Gordeau en UFC I

“El UFC fue un éxito inmediato. Nadie sabe realmente por qué. Ellos no tenían programación en TV, no tenían publicidad en TV y sin embargo lograron 86.000 ventas en pago por evento” (Snowden, 2008, p. 37), un número inmenso que confirmó el interés del público por ese tipo de espectáculo, mercadeado como “peleas sin reglas” y como enfrentamientos de un estilo contra otro, una dinámica que realmente nadie, ni siquiera los participantes o comentaristas, parecían conocer o entender completamente. Para todos ellos, durante los primeros eventos de UFC, la simplicidad práctica y la letal efectividad del brazilian jiu jitsu resultó ser una sorpresa demasiado grande, que levantó interrogantes de forma brutal ante los ojos de los practicantes de otras disciplinas, algunos de los cuales sintieron que habían desperdiciado años de su vida entrenando un arte que no servía en una situación de combate real. Otros, por su parte, comprendieron que debían incorporar elementos de la pelea a ras de lona a sus

habilidades en la pelea de pie para ser competitivos en ese nuevo escenario, el de las artes marciales mixtas.

“En los primeros UFC, el brazilian jiu jitsu probó su dominio porque las artes marciales tradicionales no estaban familiarizados con la pelea en el piso y nadie esperaba que un cinturón negro en tae kwon do pudiera perder por una estrangulación o una palanca al brazo. Para responder la pregunta inicial de qué estilo reinaría supremo, el jiu jitsu ganó porque la mayoría de las disciplinas de la comunidad de las artes marciales, con sus ideales rígidos sobre el combate, estaban adormecidas” (Gentry, 2011, p. 326) y no había evolucionado para ser efectivas en una situación real de combate.

Durante el resto de la década de los noventa, en la que los eventos y las reglas de combate se perfeccionaron y se unificaron poco a poco, siempre con el objetivo de insertar las peleas en el marco de una competencia atlética reglamentada que eventualmente daría forma a un deporte, otras promociones similares al UFC nacieron alrededor del mundo, como el Pancrase (también de 1993) y PRIDE Fighting Championship en Japón (1997), el International Fighting League, el King of the Cage y el Extreme Fighting en Estados Unidos, el Universal Combat Challenge en Canadá o el Vale Tudo Championship en Brasil, por mencionar algunos de ellos. Por su parte, el UFC, a pesar de algunos altibajos que pusieron en riesgo su futuro (y el futuro del deporte), continuó como la principal promoción de artes marciales mixtas y siguió realizando sus eventos, en los que poco a poco fueron apareciendo los nombres legendarios que popularizaron el deporte durante su primera etapa, conocida como los “*Dark Ages*” (años oscuros) de UFC.

De esa forma, a los nombres de Royce Gracie y Ken Shamrock, comenzaron a sumarse los de otros peleadores que se convertirían en leyenda como Dan Severn, Oleg Taktarov, Tank Abbott, Marco Ruas, Mark Coleman, Don Frye, Vitor Belfort, Tito Ortiz, Randy Couture, Pat Millettich, Chuck Lidell, Wanderlei Silva, Pedro Rizzo y Bas Rutten,

pioneros de lo que paulatinamente y tras múltiples ajustes se convertiría en el deporte de las artes marciales mixtas (MMA).

El año 2001 marca otro punto de quiebre en la historia de UFC. Luego de que el formato de torneos eliminatorios de una noche fue quedando atrás, de que se eliminaran las peleas sin rounds y sin límite de tiempo, de que se establecieran divisiones de peso (desde el UFC 12) y de que se impusiera la obligatoriedad del uso de los guantes de MMA (desde el UFC 14), finalmente la mayoría de promociones adoptaron las Reglas Unificadas de MMA, un total de 31 normas que buscaban estandarizar los lineamientos para una contienda de MMA y legitimar el deporte, dejando atrás la noción de que se trataba de una actividad practicada por forajidos cuyos eventos “sin reglas” rayaban con la ilegalidad y cuya violencia extrema era representación no de un deporte de atletas y artistas marciales entrenados, sino de peleadores callejeros, matones y rufianes.

Además de ese importante paso en la consolidación y legitimación de las MMA como un deporte, en 2001 el UFC fue adquirido por Zuffa LLC, una compañía creada por los hermanos Frank y Lorenzo Fertitta, dos multimillonarios involucrados en el negocio de los casinos, junto a su amigo Dana White, un exboxeador y entrenador de boxeo que promocionaba peleas y vio el inmenso potencial de las MMA y el UFC, cuando la empresa estaba a punto de quebrar en manos de SEG y languidecía estancada en su objetivo de llegar a públicos y mercados más amplios.

Zuffa, que nombró como presidente y gestor del UFC a Dana White, tomó el control antes del UFC 30, un evento donde comenzaron a introducir cambios para equilibrar el aspecto deportivo y la crudeza de las peleas con la esfera del espectáculo y el entretenimiento, combinación que le permitiría al deporte llegar a más gente. La lucha libre profesional, cuyo principal escenario era la WWE (World Wrestling Entertainment) fue quizá el principal referente para encontrar ese equilibrio.

Así, en el UFC 30, “Zuffa ofreció programas a full color, diferentes estilos de camisetas y posters y el evento principal entre Tito Ortiz y Evan Tanner exhibió el brillo y las luces laser de la WWE a menor escala. El público lo agradeció y por primera vez pareció como si la compañía entendiera esa delicado balance entre realidad y *show business*” (Gentry, 2011, p. 275), un híbrido para el éxito deportivo y comercial que no podía ser puesto en escena de mejor manera que como lo hizo la UFC en 2005: con un *reality show* para televisión cuyo objetivo era encontrar a la siguiente estrella del UFC.



Imagen 5. Ken Shamrock vs. Tito Ortiz.

1.3. ROUND 3. The Ultimate Fighter y la pelea que cambió la historia

(Sobre un reality show y cómo las MMA ingresaron al caudal de lo mainstream)

“Stephan Bonnar vs. Forrest Griffin is an epic war of mixed martial arts history. People were at home and they were calling their friends up and were like “dude, you gotta watch this. There is a crazy fight going on. This two white guys are beating the fuck of each other”. That was the birth of modern mixed martial arts. That was the fight that put it on the map”.

Joe Rogan, entrevistador y comentarista del UFC desde 1997.

Los avances con la llegada de Zuffa fueron evidentes. Además de lo mencionado, los nuevos dueños lograron en 2001 que por primera vez un evento de UFC, el UFC 33, tuviera lugar en Las Vegas, la ciudad conocida como “Fight Capital of the World” y fuera sancionado por la NSAC (Nevada State Athletic Commission), la comisión encargada de sancionar legalmente los combates de boxeo y otros deportes de contacto en esa ciudad. Fue otro paso para la legitimidad del deporte, que sin embargo, aún necesitaba llegar a los hogares estadounidenses de forma sistemática a través de la televisión.

Finalmente, “luego de dos años intentando conseguir un trato para estar en televisión, Zuffa firmó con Spike TV para transmitir una serie de 13 semanas” (Gentry, 2011, p. 282), cuyo concepto era un *reality show* llamado The Ultimate Fighter, que por petición de Spike TV fue financiado con 10 millones de dólares por la UFC. Era el costo por tener una oportunidad en televisión (Snowden, 2008), oportunidad que fue explotada de manera brillante con la creación de un contenido intenso, crudo y emocionante, que integraba un deporte de “peleas reales” con un formato televisivo cuya pretensión era justamente representar “la vida real”.

El concepto era simple. La UFC seleccionaría a 16 peleadores, los pondría juntos dentro una casa, les quitaría la mayoría de distracciones, los llevaría al gimnasio para entrenar todos los días y los competidores pelearían en el octágono para definir quien

sería el Ultimate Fighter, reconocimiento acompañado por un contrato de seis cifras con la UFC y la oportunidad de pelear en la compañía. El resultado fue explosivo.

“El show requería personalidades entretenidas, pero los participantes también necesitaban ser capaces de pelear” (Snowden, 2008, p.215), una delicada combinación que fue ensamblada de manera genial por la UFC y Spike TV, quienes hicieron colisionar las particulares personalidades de cada peleador con el fin de producir las disputas y discordias necesarias para obtener el componente dramático de la serie y al mismo tiempo promocionar y generar expectativa para las peleas durante el show.

“Los peleadores fueron divididos en dos equipos, uno azul entrenado por Chuck Lidell y otro verde entrenado por Randy Couture. Para los peleadores, eso era una oportunidad para entrenar con algunas de las verdaderas leyendas del deporte. Para la UFC, era una chance de promover no solo a una generación de nuevos peleadores, sino también su siguiente *pay per view*” (Snowden, 2008, p.217), programado para que los dos entrenadores de la temporada pelearan en el evento principal.

La temporada debut del *reality show* llegó a su final el 9 de abril de 2005 con el evento The Ultimate Fighter: Team Couture vs. Team Lidell, también conocido como The Ultimate Fighter I Finale. Transmitido en vivo por Spike TV. Allí se definirían los dos ganadores del show, uno para la categoría de peso medio y otro para la categoría de peso semi pesado. En el caso de los medianos, Diego Sánchez venció a Kenny Florian en un combate de dos peleadores que harían un carrera extraordinaria en UFC. En el caso de los semipesados, Forest Griffin y Stephan Bonnar protagonizaron la pelea que cambió la historia, una guerra sublime y una exhibición de coraje y corazón que puso en escena ante millones de personas algunos de los atributos más relevantes del deporte y sus representantes: el honorable respeto entre los oponentes, la enorme capacidad atlética de los peleadores, su resiliencia inquebrantable al recibir castigo, el ímpetu inexorable para empujar y seguir yendo hacia delante ante la adversidad y la intención honesta de dejarlo todo en el octágono, de derramar hasta la última gota de sangre y de sudor para ganar la pelea y satisfacer a los fanáticos.

Durante 15 minutos explosivos y violentos, Griffin y Bonnar intercambiaron golpes sin tregua, como dos pelearos poseídos, cuya determinación por seguir de pie lanzando y recibiendo puños, codazos, patadas y rodillazos para acabar con su oponente rayó casi con la locura y el desdén por su propia integridad física, convirtiéndose en el proceso en la manifestación más pura de lo que significa la determinación en una pelea mano a mano, golpe por golpe. Luego de tres rounds con los dos pelearos de pie intentando hacerse daño y arrancarse la cabeza, casi sin ir al piso ni intentar sumisiones, el público en el Cox Pavilion en la ciudad de Paradise, Nevada y los millones de espectadores viendo en sus televisores estaban delirando. Griffin fue declarado el ganador de la pelea por decisión unánime en las tarjetas, pero a pesar de eso Dana White le entregó un contrato a ambos pelearos, en recompensa por lo que el mismo White calificó como “la pelea más importante en la historia del UFC”.



Imagen 6. Forrest Griffin vs. Stephan Bonnar.

El combate fue visto por 3.3 millones (Snowden, 2008) de personas, cifra récord para una pelea de artes marciales mixtas y según White “durante un lapso de seis o siete minutos tuvimos millones de nuevos televidentes” (Gentry, 2011, p.283), que se unieron a la transmisión atraídos por las llamadas y los mensajes de aficionados sobresaltados que no podían creer lo que sus ojos estaban viendo. Despertar ese interés era lo que la UFC necesitaba para atraer patrocinadores y ampliar su público de forma exponencial. Ambas cosas sucedieron.

Además de atraer la llegada de grandes patrocinadores, (entre los que hoy en día, entre muchos otros, se destacan Bud Light, Harley Davidson y Metro PCS), “El show logró aquellos que Zuffa necesitaba para mantenerse en el negocio: incrementar la tasa de compras de *pay per view*. Las 150.000 compras del UFC 40 fueron rápidamente aplastadas por el primer PPV que se transmitió luego de del final de la serie The Ultimate Fighter; UFC 52, evento en el que Chuck Lidell se convirtió en campeón tras vencer a Randy Couture [los entrenadores de la primera temporada], logró 250.000 compras. El modelo de *pay per view* que de forma desesperada Zuffa necesitaba hacer funcionar estaba avanzando a toda marcha” (Gentry, 2011, p.283).

Con el *reality show* y la pelea entre Griffin y Bonnar las MMA y el UFC atrajeron una inmensa atención mediática, incluyendo la aparición de publicaciones especializadas, que paulatinamente con el paso de los años y los eventos posicionó al deporte en la cultura *mainstream* norteamericana. Además de permitirle a los peleadores probarse a sí mismos, The Ultimate Fighter (TUF como fue conocido a partir de su primera temporada) sirvió como vehículo para que la gente se familiarizara (y claro, se identificara) con los peleadores de carne y hueso que se convertirían en estrellas y “le permitió a los espectadores ver aquello que hace del deporte [de las MMA] algo tan grande: el coraje, el trabajo duro, el sacrificio y la capacidad atlética incomparable de estos peleadores” (UFC, 2013).

“Dos años después de la primera temporada, se reportó que Spike TV le pagó más de 100 millones de dólares a Zuffa por los derechos de la serie y el canal asumió los

costos de producción” (Gentry, 2011, p. 283) para las siguientes temporadas, que ya son casi 20 incluyendo tres en Brasil y otras en Australia, China y Canadá. A partir de el TUF I, el deporte comenzaría a crecer de forma exponencial, los gimnasios para entrenar artes marciales mixtas comenzaron a proliferar y las promociones y organizaciones en Estados Unidos (World Extreme Cage Fighting, Bellator, Strikeforce, Elite Xtreme Combat, entre otras) y alrededor del mundo (como en los casos de ONE y DREAM en Japón) también se multiplicaron.

Atrás quedaron los días de los eventos clandestinos semi ilegales y tanto los los prejuicios sobre la brutalidad de la competencia como los escrupulosos producidos por el impacto de la sangre en la pantalla fueron desvaneciéndose. Los fanáticos del deporte fueron haciéndose más numerosos, los peleadores adquirieron cada vez más fama y tanto las MMA como el UFC se convirtieron en un fenómeno mundial.

1.4. ROUND 4. El deporte de mayor crecimiento en el mundo

(Las MMA alrededor del globo y la expansión mundial del UFC)

“I don't care what color you are, what country you come from, what language you speak. At the end of the day, we're all human beings. Fighting is in our DNA; we get it, and we like it. It crosses all borders, all color barriers, all cultural barriers, even gender barriers. Men and women both like the UFC”.

Dana White, presidente del UFC.

La consolidación de la UFC y las MMA en el ámbito *mainstream* norteamericano, un proceso que tuvo su inicio con el TUF I y que se edificó durante la segunda mitad de la primera década del siglo XXI, se concretó de manera definitiva en 2011, cuando la UFC logró un acuerdo de transmisión durante siete años por valor de 700 millones de dólares (O'Brien, 2013). para transmitir peleas en los horarios *prime time* de los canales del gigante FOX Media Group “El acuerdo incluye la transmisión anual de cuarto eventos en vivo en la cadena FOX, con carteleras de peleas adicionales y miles de horas de programación transmitidas en FX y FUEL TV, ambas propiedades de FOX.

Esto también incluye el *reality show* deportivo que más tiempo ha durado en la televisión, *The Ultimate Fighter*, que se transmite en FX”, según se explica en la página oficial de UFC. Con esa enorme alianza, que puso a disposición del público en televisión abierta y de forma gratuita contenidos y eventos en vivo de UFC, la organización pretendía transformar a los nuevos fanáticos en “fanáticos casuales” y a estos en “fanáticos *hardcore*”, de tal manera que la red de interesados creciera a partir de la influencia de unos sobre otros. Con ese negocio, la UFC subió un escalón en su pretensión de ubicarse al mismo nivel que los cuatro grandes deportes en Estados Unidos y sus propias organizaciones, referentes de lo *mainstream* en el ámbito deportivo: el fútbol americano (NFL), el beisbol (MLB), el baloncesto (NBA) y el hockey (NHL).

Su introducción en el caudal de lo *mainstream* en Estados Unidos, como sucede con casi cualquier producto deportivo o cultural proveniente de ese país, le permitió a la UFC internacionalizarse y llevar su marca a otros países, un exitoso proceso de expansión que ha hecho de la organización y de las MMA un fenómeno global, como lo confirma el hecho de que, con varias oficinas alrededor del mundo, “la UFC produce más de 30 eventos anuales y es el más grande proveedor de *pay per view* en el mundo, transmitiendo en 149 países y territorios a cerca de un billón de hogares alrededor del mundo, en 30 idiomas distintos” (UFC,2014). Canadá, Brasil, Japón, China, Singapore, Australia, Emiratos Árabes Unidos, Inglaterra, Suecia e Irlanda son algunos de los países donde se han realizado eventos del UFC y se espera que en 2014 México, Filipinas y Rusia reciban uno por primera vez.

Sin embargo, algunos países y estados, mercados atractivos para la UFC, aún prohíben las artes marciales mixtas y siguen siendo campos de batalla legales donde Zuffa invierte grandes sumas de dinero haciendo *lobby* con la intención de introducir legislaciones para legalizar la práctica de las MMA. Es el caso de Francia, Tailandia o el estado de New York. En el país europeo la preocupación tiene que ver con la inequidad de género que según algunos sectores promueve la UFC, a través de supuestas declaraciones y actitudes sexistas realizadas por sus peleadores en contra

de la mujer (Symes, 2003). En Tailandia el argumento para la prohibición que rige desde 2012 fue que las MMA estaban erosionando el muay thai o boxeo tailandés, el deporte nacional y un inmenso negocio intimidado por la posibilidad de que sus peleadores eligieran subirse al octágono de MMA y no al ring tradicional de muay thai (Fighters Only, 2012). En New York, en cambio, la prohibición de lo que alguna vez fue etiquetado como “pelea de gallos humana” tiene supuestamente que ver con presiones políticas de sindicatos a favor de los trabajadores en los casinos de los Ferttitas (Gorman, 2013).

Ahora, la globalización de la UFC y de las MMA también está representada en las múltiples nacionalidades de los peleadores que compiten en la organización, el máximo escenario de combate de artes marciales mixtas del planeta. Estados Unidos y Brasil son los países que más peleadores aportan y más campeones han tenido. Canadá, Australia, Rusia, Inglaterra, Suecia, Alemania, Croacia, Japón, Corea del Sur, China y México son algunos de los países que aportan varios peleadores a las ocho categorías de peso para hombres, en las que también se pueden encontrar representantes nacidos en Francia, Dinamarca, Armenia, Irán, Afganistán, Cuba, Argentina o Venezuela. En marzo de 2014, un año en el que la UFC espera realizar 35 eventos alrededor del mundo, la organización registraba un total de 468 peleadores en su *roster* (Simon, 2014), incluyendo a las 19 peleadores de la división de peso gallo femenina, la primera división para mujeres peleadoras en el UFC, que tuvo su primer combate en 2013 entre Ronda Rousey y Liz Carmouche (existen varias promociones de MMA solo de mujeres por fuera de UFC, como Invicta Fighting Championship).

Naturalmente esa expansión global ha sido acompañado por una descomunal máquina mediática y de *merchandising*, que además de comercializar ropa con la marca UFC, implementos de entrenamiento, suplementos alimenticios, DVDs y la revista oficial de UFC, incluye el UFC Network, un canal con contenido las 24 horas para Latinoamérica, la plataforma digital UFC Fight Pass, un juego de video desarrollado junto a EA Sports, el programa de entrenamiento UFC FIT y la franquicia UFC GYM, que ha abierto gimnasios de costa a costa en Estados Unidos. Estos dos últimos elementos,

relacionados a un estilo de vida saludable y con la dimensión atlética y deportiva de las MMA, además de un lucrativo negocio, son fundamentales en la cruzada de la organización para que el deporte sea finalmente aceptado por el gran público y por aquellos que escandalizados por la exhibición de las inevitables dosis de violencia inherentes a una pelea. La idea de entrenar como un peleador de UFC o de artes marciales mixtas es vendida como un estilo de vida, basado en el entrenamiento y la alimentación apropiada, en el que cualquier persona puede embarcarse por un motivo muy simple: “pelear esta en nuestro ADN”, una de los conceptos claves de ese discurso.

Así, el UFC, y por ende las artes marciales mixtas, han experimentado un crecimiento exponencial. “Por tratarse de una empresa privada, el UFC no tiene que reportarle a nadie sus ingresos, sus flujos de dinero o sus márgenes de ganancia”, (O’Brien, 2013), pero una entrevista con Dana White y Lorenzo Fertitta de la revista Fast Company asegura que “el UFC se ha convertido en una de las franquicias deportivas más valiosas del mundo, con ingresos cercanos a los 600 millones de dólares anuales según uno de sus dueños, y un valor, si crees en las señales de humo, de más de 2 billones. Eso es más que los New York Yankees, más que los New England Patriots, más que el Real Madrid” (O’Brien. 2013), tres máquinas de hacer dinero en tres deportes distintos.

Pero nada de eso hubiera sido posible sin los verdaderos protagonistas de esta historia, los peleadores dispuestos a entrar al octágono para entregar una pelea, un nocaut o una sumisión memorable. Especímenes en constante evolución, los peleadores de artes marciales mixtas han pasado de ser peleadores callejeros y artistas marciales de una sola dimensión en la década del noventa a convertirse en uno de los atletas físicamente mejor entrenados y técnicamente más versátiles en todo el panorama deportivo a partir de la década del 2000. Además de establecerse como atletas respetados, en ese tránsito, los peleadores de MMA también se han transformado en personajes con inmenso potencial publicitario, en enormes figuras

mediáticas, en estrellas de Hollywood y en *role models* para las nuevas generaciones. Ese es el tema del último round.



Imagen 7. UFC 129.

1.5. ROUND 5. De peleador de MMA a superestrella del octágono

(Sobre la evolución del artista marcial y el atleta de UFC)

“Antes de 2005, algunos peleadores ponían su vida en riesgo compitiendo en hasta 10 peleas al año, incluso después de ser noqueados, pero ahora son muchos más selectivos porque cada pelea no solo significa un cheque, sino que podría ponerlos en el camino de una oportunidad más grande”.

Clyde Gentry III, periodista especializado en MMA (Gentry, 2011, p. 351).

Poco más de 20 años después del primer evento de UFC, el peleador de artes marciales mixtas que entra al octágono ha evolucionado notablemente. Atrás han quedado, por lo menos para competir en el máximo nivel, los peleadores

unidimensionales que confiaban en una sola disciplina para salir con la mano en alto y los competidores se han visto obligados a diversificar sus habilidades a medida que el deporte ha evolucionado. Para ser competitivos, aquellos peleadores acostumbrados a pelear de pie utilizando su *striking* (boxeo, kickboxing, muay thai, etc.) han tenido que incluir en su juego elementos del *grappling* (lucha, judo, jiu jitsu, etc.) para defenderse de los derribos y mantener la pelea de pie, o, en caso de ir al piso, saber cómo atacar y cómo defenderse. Lo mismo ha sucedido con los peleadores cuya base es el *grappling*, quienes han tenido que incluir *striking* en su juego por un motivo crucial: todas las peleas comienzan de pie. La combinación de esos dos aspectos, que incluyen buena parte del vasto conocimiento de las múltiples disciplinas de combate y artes marciales, hacen lo que hoy en día se conoce como un peleador de artes marciales mixtas, un atleta excepcional cuyas sesiones de entrenamiento sobrehumanas y su apego riguroso a un rutina de alimentación lo han convertido en un prodigio físico de resistencia, fuerza y velocidad.

Por otra parte, el inmenso crecimiento de las MMA como negocio ha permitido que los peleadores, que antes repartían su tiempo entre el octágono y trabajos más convencionales, puedan dedicar su vida a ser peleadores y vivir del deporte. Naturalmente, como sucede en el boxeo, aquellos que están comenzando y pelean en escenarios pequeños y promociones locales no pueden darse semejante lujo. Sin embargo, aquellos que logran sobresalir y abrirse camino hacia las grandes carteleras, pueden ganar mucho dinero dentro y fuera del octágono.

“La UFC asegura que ha creado 50 millonarios y multimillonarios entre peleadores del pasado y del presente. Los peleadores de élite pueden ganar 250.000 dólares o más por pelea, pero la mayoría de atletas ni siquiera se acerca a ese número. Peleadores que están entrando pueden llevarse entre 6.000 y 10.000 dólares por pelea (los ganadores doblan la cifra), pero podrían competir solo dos o tres veces al año. Solo muy pocos peleadores tiene contratos que les garantizan una lucrativa porción de los ingresos por *pay per view*” (O’Brien, 2013), síntoma inequívoco de que

se encuentran en la cima del deporte, un lugar al que toma años de entrenamiento, trabajo y disciplina para llegar.

Sin embargo, la cantidad de dinero que ganan los peleadores por poner su vida en la línea está aún lejos de lo que gana el promedio de competidores en otros deportes y de las cifras astronómicas que otras ligas pagan a sus estrellas. El canadiense George St-Pierre, quien recibió 400.000 dólares solo por presentarse a su última pelea en UFC 167 (en la que defendió su cinturón como campeón de peso welter y anunció su “retiro temporal” del deporte) “le dijo a la prensa canadiense en 2011 que gana entre 4 y 5 millones de dólares por pelea, una suma relativamente modesta” (Snowden, 2013) en relación con estrellas de otros deportes, como el boxeador Floyd Mayweather, quien ganó 32 millones en una noche por su pelea contra Robert Guerrero, el *quarterback* de los New England Patriots, Tom Brady, quien recibiría unos 57 millones por cinco temporadas o el beisbolista de Los Ángeles Angels Albert Pujols, cuyo contrato por 10 temporadas le dejaría 240 millones de dólares (Snowden, 2003).

Antes condenados por su mala imagen, los peleadores de MMA se ha convertido también en personajes con potencial comercial, cambio que les ha permitido asegurar patrocinios con grandes marcas deportivas y aparecer como imagen de campañas publicitarias. En 2012, Jone Jones, el campeón más joven de la historia, el actual dueño del cinturón de peso semipesados de UFC y probablemente el nombre más grande de las MMA hoy en día, firmó un enorme contrato de patrocinio global con la multinacional Nike, cuyas subsidiarias en Brasil y Japón ya habían concretado patrocinios locales en esos países con Anderson Silva, Junior Dos Santos (en Brasil) y Yoshihiro Akiyama (en Japón) (Chiappetta, 2012).

Pero eso no es todo. Además de las campañas publicitarias y los grandes patrocinios, las estrellas del UFC aparecen cada vez con más frecuencia como personajes de acción en uno de los ámbitos más grandes de la cultura *mainstream* norteamericana: las superproducciones de Hollywood. Además de los múltiples peleadores que han tenido

apariciones menores en cine y televisión, otros han conseguido papeles de mayor magnitud: Randy Couture estuvo como uno de los protagonistas en la primera entrega de “The Expendables”, Quinton Jackson reencarnó a B.A. Baracus en “The A Team”, George St-Pierre será uno de los villanos en la secuela “Captain America: The Winter Soldier” y Ronda Rousey, el rostro de las artes marciales mixtas femeninas, campeona invicta de la categoría de peso gallo del UFC y quizá la peleadora con mayor potencial comercial entre hombres y mujeres, ya tiene su currículum de actriz dos superproducciones: “The Expendables 3” y “Fast and Furious 7”.

Así las cosas, los peleadores de MMA han recorrido un largo camino que los ha llevado del desprestigio y la censura hasta el estrellato mundial, una transición en la que además asumieron el papel de *role model*, una etiqueta determinante para preservar el status de deporte que ha alcanzado las MMA. Salvo algunos casos, la mayoría de peleadores reconocidos han asumido ese papel como respuesta a los patrocinadores, los críticos del deporte y las nuevas generaciones, que ven en ellos ídolos deportivos y modelos a seguir, que ante todo, antes de ser peleadores o superestrellas, son embajadores del deporte de las artes marciales mixtas.



Imagen 8. Jon Jones, actual campeón de peso semipesado.

2. El fanzine como formato para fanáticos

Este segundo capítulo consta de dos partes. En la primera, exploraré brevemente la historia del fanzine y sus influencias, destacando en el camino los principales elementos que hacen parte de la producción de publicaciones en este formato. Luego, en segunda instancia, haré una breve reseña de algunas de las publicaciones y experiencias de las que se nutre mi proyecto, dejando de manifiesto aquellos aspectos gráficos y textuales, de fondo y de forma, que inspiran el trabajo que acompaña este documento.

2.1. Breve historia y génesis del *fanzine*

(Apuntes sobre fanatismo, contracultura, independencia y la estética del DIY)

“From the early 1930s, fan magazines or ‘fanzines’ have been integral to the creation of a thriving communication network of underground culture, disseminating information and personal views to like-minded individuals on subjects from music and football to anti-capitalism and thrift store shopping”.

Teal Triggs, profesor en University of the Arts London.

Russ Chauvenet, un estadounidense que quedó ciego producto de una enfermedad a los 10 años, que alcanzó el nivel de experto y fue campeón amateur de ajedrez en su país y quien además es ampliamente reconocido como uno de los pioneros en la formación de la ‘*science fiction fandom*’, conocida como ‘*SF Fandom*’, que no es otra cosa que el enorme grupo de fanáticos de la ciencia ficción o el *sci-fi* que se encuentra desperdigado, principalmente y en su gran mayoría, por todo Estados Unidos, fue quien propuso y acuñó por primera vez la palabra ‘*fanzine*’ para describir un tipo de publicaciones auto editada hechas por y para fanáticos de la ciencia, la ficción y la ciencia ficción que aparecieron entre finales de la década del 20 y comienzos de la del 30.

Inicialmente conocidas como *'fanmags'*, Chauvenet, una suerte de *geek* que trabajó en computación para el Departamento de Estado norteamericano, propuso el término *'fanzine'*, combinación de las abreviaturas *'fan'* para *'fanático'* y *'zine'* para *'magazine'* o *'revista'*, es decir, *'revista para fanáticos'*, entre 1940 y 1941 en uno de los números de su propia publicación de ese estilo, llamada *Detours*, una de las publicaciones que surgieron dirigidas al círculo de fanáticos del *sci-fi* desde la aparición en 1930 de *The Comet*, reconocido ampliamente como el primer antecedente de lo que hoy se conoce como *fanzine*. Publicado por el *Science Correspondence Club*, *The Comet* se basaba en correspondencia entre los editores y los colaboradores a propósito de temas científicos y de ciencia ficción, tópicos por antonomasia de los primeros *fanzines*.

El segundo gran momento en esta breve historia del *fanzine*, luego de las primeras publicaciones de ciencia ficción aparecidas y fomentadas durante el segundo y tercer cuarto del siglo XX en Estados Unidos, puede encontrarse en la década de 1970 en el Reino Unido, donde los protagonistas de la escena del *fanzine* no serán ya los *geeks* de la ciencia, la tecnología y el *sci-fi*, sino los inconformes e irreverentes británicos que incendiaron el estallido del movimiento punk.

“Una plétora de *fanzines* emergieron durante la primera ola de punk en Britain. (1976-1979). Este fue un periodo de grandes cambios culturales, sociales y políticos en los que el punk reaccionó contra el *'mundo moderno'* y contra la absorción de la *'cultura hippie'* hacia lo *mainstream*” (Triggs, p.70, 2006). Como parte de esa reacción hacia aquello que hacía parte de la cultura *mainstream* y que por ende promovía aquello que de una u otra forma servía a los intereses del *establishment*, el movimiento punk encontró en los *fanzines* una forma de expresión cruda, auténtica, independiente y propagandística en la que podían representar su propia identidad sin comprometer la naturaleza de lo punk, relacionada con la contracultura como política y los escenarios *underground* como espacios de acción.

“Los *fanzines* adoptaron el estilo independiente y DIY (*'do it yourself'* sobre lo que me detendré más adelante) que los músicos de punk habían expuesto. Con la aparición de

bandas de punk recién formadas vino el establecimiento de 'clubs impromptu', pequeños e independiente sellos discográficos y tiendas de discos, incluyendo la tienda Rough Trade de London (en la que también se distribuían fanzines)" (Triggs, p.70, 2006).

Con esa mentalidad, "de la misma manera que con la música y la moda, el punk abogó porque todos salieran a producir fanzines. Como publicaciones independientes y *self-published*, los fanzines se convirtieron en vehículos de comunicación subcultural y jugó un rol fundamental en la construcción de una identidad punk y una comunidad política" (Triggs, p.70, 2006), de forma no muy distinta a como en Estados Unidos ayudaron a conectar y fomentar la comunidad del '*science fiction fanbase*'. El fanzine *Sniffin' Glue: and other Rock'n'Roll Habits*, creado por Mark Perry y llamado así por la canción de *The Ramones* '*Now I Wanna Sniff Some Glue*' fue el primer fanzine que reflejó el movimiento punk en Britain, mientras que '*Punk*' fue la punta de lanza de los individuos influenciados por esa subcultura en Estados Unidos.

Además de las subculturas de la ciencia ficción y del punk, ambas identificadas y definidas en su momento por pertenecer a escenas y esferas *underground* y de contracultura, el fanzine, en tanto revista para fanáticos, ha sido utilizado como medio creativo, expresivo e informativo en muchos otros ámbitos, como en el caso de los comics y la novela gráfica, los videojuegos y los juegos de rol, el diseño gráfico y el diseño de moda, la fotografía, los géneros cinematográficos y los géneros musicales, el *skate*, el fútbol y otros deportes, la ficción, la política, la filosofía, la poesía o el arte, solo por mencionar algunas esferas tocadas por este tipo de publicaciones, cuyas particularidades en cuanto a su propuesta estética y sus tendencias discursivas exploraré continuación.

2.2. Principales características del fanzine

(Su estética, sus tendencias discursivas y sus formas de reproducción)

Como publicaciones independientes y *self-published*, esto es, que son publicados y editados por su propio autor sin la intermediación directa de una editorial o un tercero, los fanzines se han producido en su gran mayoría inspirados por la filosofía del DIY, siglas en inglés para '*do it yourself*,' que se traduce al español como 'hazlo tú mismo' y que, en términos generales, invita a la creación o transformación de elementos a partir de distintos materiales que son ensamblados por el propio autor sin depender de la intervención de un experto o de un profesional. Siguiendo esa premisa, los autores de los fanzines de punk, referentes en la estética del DIY, utilizaron técnicas como el *cut-n-paste*, la escritura a máquina, la escritura a mano, el dibujo, el bosquejo, la textura, los recortes, el *collage*, el *stencil*, distintas tipografías, rayones para corregir, fotografías intervenidas y otras muchas técnicas y otros muchos elementos, todos pertenecientes a la vorágine creativa del DIY, síntoma de resistencia, de caos, de independencia y desprolijidad, un poco a la misma manera del punk. Así, el DIY resultó ser el mejor vehículo para realizar una creación estéticamente única en un mundo donde lo que prevalece es la producción masiva y serial, precisamente dos características del 'mundo moderno' despreciado y condenado por el *ethos* del punk y otros realizadores de fanzines.

Así las cosas, "Para los productores de fanzines, el proceso de DIY critica la producción masiva a través de la calidad que representa por ser hecho a mano, pero también por el proceso de apropiarse de imágenes y palabras del *mainstream media* y la cultura popular" (Triggs, p.69, 2006). De esa forma, el fanzine no solo es producción independiente, sino también apropiación y transformación de imágenes y contenidos a manera de 'material crudo' para ser utilizado.

Por otra parte, en cuanto a las inclinaciones discursivas del fanzine, vale empezar recordando que se trata de una publicación hecha por fanáticos para fanáticos, condición que se manifiesta en el tono con el que se escribe, que usualmente tiene

como objetivo generar una identificación con el público específico al que va dirigido. Se trata casi de un intento por reproducir lo que sería una interacción entre dos fanáticos, no a través de la conversación, sino de la escritura y de la gráfica.

De esa forma, los fanzines de fútbol y de los distintos clubes ingleses que comenzaron a proliferar en la década de 1980 y que tuvieron como pionero a '*Foul*', producido en Cambridge durante cuatro años desde 1972, se caracterizan por una jerga particular relacionada a los fanáticos del equipo y tienen un tono que pretende exaltar no solo el sentido de pertenencia, sino también las facultades del club y de las glorias de su historia. Por su parte, un fanzine enfocado en la novela gráfica y los comics tendrá probablemente una aproximación más cercana al lector, más amigable y más amena, a la manera de Stan Lee en los comics de Marvel o de Hergé en las aventuras de Tintín. En el caso del punk, las incorrecciones gramaticales, las groserías y un tono entre la hostilidad y la rudeza podrían ser la regla, mientras que en un fanzine cinematográfico las ínfulas intelectuales y el tono erudito podrían querer imponer. Sin embargo, quizá por tratarse de publicaciones no profesionales, el tono de los fanzines suele ser descomplicado, digerible y poco académico.

Además del tema estético y discursivo, como cualquier publicación impresa, los temas de reproducción y distribución resultan determinantes. En el caso de los fanzines, caracterizados por su realización independiente, a mano y carente de presupuesto, la fotocopidora a sido su mejor aliada para la reproducción. Naturalmente, con la aparición de los computadores, las impresoras y los *softwares* de edición, que han sofisticado la producción y reproducción de fanzines, la fotocopidora y otras formas de reproducción como la litografía han perdido terreno para dar lugar a algunas soluciones de reproducción de mejor calidad, que se alejan del fanzine original y se acercan a lo que se conoce como '*prozine*', un fanzine editado de manera más profesional.

Usualmente, el tiraje de un fanzine es pequeño y pocas veces llegando a ser una cifra de cuatro dígitos. En cuanto a su distribución, los fanzines se mueven en espacios bien

específicos relacionados al nicho o la subcultura que inspira su creación. Así, el fanzine de fútbol se mueve en los alrededores del estadio, el de diseño lo hacen las tiendas de diseño, el de comics y novela gráfica lo hace en librerías independientes y el de *skate* rueda por la tienda de *skate*.

De esa forma, a pesar de que debería estar casi extinto como el disquete del computador, el lector de filmas o el VHS, el fanzine se rehusa a desaparecer en los tiempos de internet. “El internet debió haberlos matado. Con los blogs permitiendo de forma tan fácil la posibilidad de compartir información, sin los molestos precios de impresión o las preocupaciones de distribución, además de crear rápidamente una comunidad online que a un fanzine le toma meses construir, deberían ser una reliquia del pasado” (Bateman, 2009). Y sin embargo, aunque algunos si han migrado a la web, los fanzines o las publicaciones que respiran su aire no han dejado de existir. A continuación, una ojeada a algunas de ellas.

2.3. Experiencias similares

(Los formatos y contenidos que inspiran esta publicación)

A continuación, como mencioné en la introducción a este capítulo, el lector podrá encontrar una breve reseña de las principales referencias de este proyecto, a propósito del tema de contenidos y de formato. Naturalmente, los contenidos de la publicación que pretendo plantear responden al formato elegido, el *fanzine*, y sin embargo, las referencias provienen en su mayoría de internet, una plataforma que de todas maneras, especialmente por la extensión de sus artículos, puede compartir algunas características formales con el estilo del *fanzine*. De esa forma, las propuestas gráficas, el tono y el estilo en la redacción de los textos y los géneros en los que se mueven estas publicaciones hacen parte de aquellos que pretende respirar este proyecto.

FIGHTLAND. Entre las distintas plataformas digitales de VICE, la revista impresa que nació en 1994 en Quebec, Canadá, se encuentra *FIGHTLAND*, un *website* con la

impronta inconfundible de VICE dedicado al mundo de las MMA y a las disciplinas de combate en general. Como es costumbre en el estilo de periodismo promovido por VICE, FIGHTLAND es una publicación que se nutre profusamente del legado de Hunter Thompson y el periodismo Gonzo, una experiencia vital en la que el reportero o el periodista, protagonistas de su propia historia, se sumergen en aquellos mundos que pretenden contar, en busca de la honestidad y la crudeza a la que quizá solo se llega cuando la realidad se vive, padeciéndola o disfrutándola, en carne propia. El *website* se divide en tres secciones (VIDEOS, WORDS y PHOTOS) que a su vez se dividen en otras categorías, que funcionan como formatos para cada tipo de contenido. De esa manera, en el ámbito del video, se encuentran los “*Sitdowns*”, entrevistas producidas a blanco y negro en las que los peleadores y otros protagonistas se sientan en una silla frente a la cámara y hablan sobre sus carreras, los videos de “*Fightland meets*”, que también tienen como género a la entrevista pero desde una perspectiva más personal y los de “*Fight school*”, en los que un peleador y un entrenador de élite enseñan y explican la mecánica y la técnica detrás de algún golpe o algún movimiento. En cuanto a la sección de PHOTOS, se trata de historias contadas a través de fotografías, con títulos como “Mixed Martial Arts in Oman”, “Meet the Only Fight Team in Saravejo”, “Trough the Lens: Florian’s Weight Cut” o “The Agony and the Ecstasy of the Fighter’s Wife”. Así, llegamos a la sección de WORDS, cuyo estilo en el planteamiento de temas y géneros es una referencia determinante para mi propuesta, en especial porque los contenidos de FIGHTLAND no corresponden, a pesar de su actualidad, a los contenidos que se podrían encontrar en un portal de noticias de actualidad preocupados por los resultados y la inmediatez del cubrimiento noticioso. En buena parte, los artículos de FIGHTLAND están ligados a *trending topics*, pero en otras oportunidades son simplemente manifestaciones nostálgicas que rescatan momentos históricos, leyendas olvidadas, peleas memorables e historias perdidas en el tiempo. De esa manera, a través de géneros como la crónica, el reportaje, el perfil y la análisis/opinión, FIGHTLAND se ha consolidado como uno de los principales espacios para el lector de MMA, que puede encontrar en el archivo historias desde las más variadas perspectivas, cuyos títulos son los suficientemente ilustrativos de esa variedad: el reportaje a dos entregas “*An American in Thailand: Giving Your Life to Muay Thai*”, la

pieza de opinión y análisis “*Does MMA Belong in the Olympics?*”, la reseña del extraordinario trabajo gráfico de un artista titulada “*The Extreme, Elevated MMA Art of David Blafe*”, la entrevista a dos entregas encabezada por el titular “*A Long, Bizarre Interview With Alexander Emelianenko*”, una crónica llamada “*What Its Like Auditioning for ‘The Ultimate Fighter’*” y el perfil “*The Mind of Dan Hardy: The Night Before*”, son muestra de la enorme diversidad de contenidos de FIGHTLAND. A lo dicho hasta acá a propósito de los textos de FIGHTLAND, habría que sumar una serie de entradas bajo la categoría “*Defining Moments*”, también muy pertinente para mi propia publicación. En esas series, el genial artista contemporáneo Chris Rini, cuyo trabajo impregnando de MMA sobre superficies de madera ya es inconfundible, repasa momentos determinantes en la vida de los peleadores y en la historia del deporte a través de sus propias piezas de arte acompañadas de sus propios textos. Así, siempre precedidas de la leyenda “*Defining Moments*”, Rini ha creado entradas como “*The Women Are Here To Stay*”, “*Fedor vs. Cro Cop*”, “*The Crippler’s Finnest Hour*” o “*The Gracie Hunter*”, todas ellas combinaciones sublimes en las que su *artwork* es más protagonista que sus textos.

Middle Easy. Si tuviera que definir brevemente qué es Middle Easy diría que se trata de un *website* para *geeks* a los que además, por desconcertante que parezca, también les interesan las MMA. Principalmente dedicado a este deporte y a sus disciplinas, Middle Easy tiene cuatro secciones: *Fighting*, *Gaming*, *Entertainment* y *Science*, cuyos contenidos se caracterizan por un discurso que explota elementos como el humor, el sarcasmo y la ironía y una propuesta gráfica que hace énfasis en fotografías intervenidas e ilustraciones que conviven con tipografías al estilo del comic, la novela gráfica y el *cartoon*, un tono y una estética que me interesan para este proyecto y que además también caracterizan el estilo del fanzine . Por otra parte, en cuanto a la selección de contenidos (generalmente multimedia), en Middle Easy pueden encontrarse GIFS de los nocauts, las sumisiones y las curiosidades que suceden dentro de una jaula, videos cortos con pretensiones virales como el de un peleador de MMA saliendo de una piscina de 3 ft. de profundidad con un solo salto y notas con títulos como “*Fight church, where Jesus Christ is the ultimate performance enhancer*”, “*MMA*

lingerie fighting championships? Sure, we'll watch, *"Guy makes pro debut in Jordan, fights guy from Jordan, faceplants KO's him, quiets entire arena"* y *"Watch Nick Diaz achieve the impossible and hit a bottle cap with nunchucks"*. Esos contenidos, que desde su aproximación original tocan los más diversos temas del UFC y del mundo de las MMA en general, son clasificados ocasionalmente en categorías como *"Blast to the past"* cuando se trata de un viaje en el tiempo para recordar un peleador o una pelea, *"MMA beef alert"* cuando el tema son dos peleadores intercambiando golpes en Twitter, Facebook, televisión o algún otro *media* o *"A lesson in street MMA"*, que tiene que ver con la fauna de peleas callejeras o informales que inundan internet. Esa diversidad en la selección de contenidos, que le permite a Middle Easy moverse con libertad por las distintas esferas tocadas por las MMA, es editorialmente relevante al momento de plantear los temas que harán parte de la publicación que acompaña a este trabajo.

Bleacher Report slideshows. Fundada en 2007 por cuatro amigos en San Francisco, Bleacher Report es una plataforma digital que cubre decenas de deportes y cientos de equipos, desde la NFL, la MLB, la NBA y la NHL, pasando por la UFC, la WWE, la NASCAR y la F1 hasta el críquet, el lacrosse, la hípica o la pesca deportiva. La línea editorial de B/R, un espacio que se ha convertido en un punto de referencia de *trending topics* para los fanáticos y otros *media* que cubren las múltiples disciplinas deportivas, se caracteriza por el énfasis en artículos de opinión y de análisis, en mi concepto de altísimo valor periodístico, sobre los distintos eventos alrededor del mundo. La mayoría de esos artículos de análisis/opinión son escritos y entregados al lector a manera de *slideshows*, en los que cuadro a cuadro, esto es, una fotografía acompañada de texto, el autor se detiene en cada uno de los puntos relevante para su argumentación. Ese formato, que le permite al autor fragmentar un artículo que de otra manera sería demasiado extenso y tedioso para el lector de internet, se repite una y otra vez en los cubrimientos de actualidad y se replica en otros contenidos con una aproximación más retrospectiva e histórica. De esa forma, por ejemplo, luego del cubrimiento de un evento de UFC, son recurrentes e ineludibles piezas de *slideshows* con títulos como *"UFC on Fox 11 Results: The Real Winners and Losers"*, *"UFC on Fox 11*

Results: Grading for every Main Card Fighter”, “*Travis Browne vs. Fabricio Werdum: What we Learned from the Main Event*” o “*The Good, Bad and Strange of UFC on Fox*”. Además de esas notas, que son solo una parte del vasto cubrimiento de actualidad en formato multimedia que B/R hace del UFC y las MMA en general, están los *slideshows* que, como ya mencioné, tiene una perspectiva más histórica. Esos contenidos, que por su naturaleza atemporal son cruciales en tanto referencias para mi propuesta, usualmente se insertan en el modelo de “listas” o “ránkings” a propósito de un tema en particular. De esa forma, B/R tiene entre su archivo entradas como “*MMA: The Top 10 Greatest Tournament Fighters of All Time*”, “*10 Best All-Around Fighters in MMA History*” o “*Top 10 Freakshow Fights in MMA and UFC*”.

When Saturday Comes. Los comienzos de *When Saturday Comes* (WSC) pueden encontrarse en 1986, en Londres, cuando Andy Lions y Mike Ticher deciden editar y publicar de manera independiente un fanzine bimensual fotocopiado, cuyo contenido se enfocaba y se enfoca en los clubes del fútbol británico y en el fútbol internacional. Según su propia descripción, WSC “apunta a ser una voz inteligente para los aficionados del fútbol, ofreciéndoles puntos de vista serios y también humorísticos sobre el deporte, cubriendo todos los temas que pudieran ser tema de conversación entre los fanáticos, ya sea algo serio o algo trivial” (WSC, WEB). El primer número, que tuvo “12 páginas y un tiraje de 200 ejemplares” (COVERDALE, p.12), tuvo buena acogida entre los fanáticos aumentando exponencialmente la popularidad de la publicación e instigó la aparición de muchos otros fanzines dedicados específicamente a cada club, hechos por los fanáticos y que, para 1989 vendían un total de más de 1 millón de copias entre todas (WSC, WEB). Para 1988, WSC era ya una publicación mensual con un enorme tiraje para distribución nacional y en 1995, el fanzine se expandió a 48 páginas y comenzó a salir a todo color. En ese momento, lo que comenzó como un *fanzine* se transformó en un *prozine*, que sin traicionar su estilo, comenzó a ser producido de manera más profesional y con escritores profesionales aunque todavía publican colaboraciones de fanáticos. Hoy en día, WSC ha editado más de 327 números y en la década anterior se convirtió en una editorial que ha publicado más de una decenas de libros sobre fútbol. Además del formato fanzine que lo

identificó desde su nacimiento, el estilo de los contenidos de WSC también hacen parte de esta referencia. Así, secciones como *'Badge of the week'*, que habla sobre escudos de clubes de fútbol desperdigados por el mundo, o *'Stikipedia'*, en la que se recogen láminas autoadhesivas *vintage* de futbolistas poco o medianamente conocidos, son junto a los textos y comentarios que reviven escenas, personajes y momento históricos o curiosos referentes para este proyecto. Además, el tono sarcástico, irónico, humorístico e informal que caracteriza a WSC es otros de los elementos claves de los que se nutre este trabajo.

FICCIORAMA. Según se puede leer en el blog de Ficciorama, un fanzine ya clásico en las calles y en las mentes bogotanas, “Ya son 40 ediciones, poco más de 360 páginas llenas de apuntes, comentarios, reseñas, cuentos, ilustraciones, esquemas, diagramas, referencias y editoriales”, a través de las cuales se ha logrado crear “un espacio para hablar de autores muy influyentes para la narrativa escrita, gráfica y cinematográfica”. Ficciorama es, en términos muy concretos, un fanzine por antonomasia. Con un tiraje que usualmente ronda entre los 300 y los 500 ejemplares plagados de colaboraciones y vendidos a un precio de supervivencia, el estilo de su discurso se caracteriza por tratarse de piezas muy cortas, de menos de 600 palabras, en las que se destacan elementos como el humor, la sátira, la ironía y el sarcasmo, utilizados para divagar, en compañía de material gráfico con estéticas de viñeta, sobre temas mundanos o trascendentales. Muchas veces, esas agudas e irreverentes elucubraciones se realizan utilizando personajes y referencias extraídas de un nutrido panteón simbólico en el que se destacan elementos de la ciencia ficción, la tecnología, las ciencias sociales, la cultura popular, el cine, la literatura y la música. De esa forma, entre la muy diversa fauna de contenidos que han pasados por las páginas de Ficciorama, puede el lector encontrarse con una infografía sobre el puesto de trabajo de Winston Smith, el personaje principal de 1984 la célebre crítica de George Orwell al totalitarismo, una breve conversación que involucra, entre otros, al escritor de ciencia ficción Phillip K. Dick, al sociólogo Jean Baudrillard y a Guy Motague, el personaje de Fahrenheit 451, o una infografía que explica a Clint Eastwood como personaje en el contexto del *western*. Además de esta pequeña muestra de piezas particulares, los temas que propone cada

número son evidencia de la diversidad de conceptos que propician cada entrega, Así, entre el archivo de Ficciorama se encuentra el #10, que se presenta como el “Catálogo de compras navideñas 2010”, el #16 sobre “Telerealidad y rating en la era de la leteomasis”, el #17 correspondiente a “La edición etlíca” y finalmente la #35, “Edición especial monográfica Alberto Breccia”, dedicada en su totalidad al historietista uruguayo, uno de los genios del género.

VANDALIA. Adalid del diseño gráfico en el mundo del fanzine capitalino, Vandalia, que se define a sí misma en su blog como “una galería urbana, andante y abierta para todos los artistas e interesados”, se ha constituido como un espacio autogestionado idóneo para que diseñadores, ilustradores y artistas puedan exhibir su trabajo y explorar propuestas a partir de un tema específico para cada una de las entregas, que se componen exclusivamente de series de ilustraciones por lo general sin texto. De esa manera, tratándose de un espacio decididamente gráfico, son la estética de las ilustraciones que han aparecido en Vandalia y la posibilidad de plantear un fanzine con distintos matices a propósito de un concepto general, los dos elementos primordiales que hacen de esta publicación un referente para el estilo gráfico y conceptual de este trabajo. De esta manera, y como ejemplo de lo que se ha planteado conceptualmente en los seis ingeniosos números con los que cuenta Vandalia, vale decir que estos han girado alrededor de los siguientes temas: “2012 ¿el apocalipsis?” (#1), “Bendito dinero maldito” (#2), “Control mediático” (#3), “Humor Negro” (#4), “Vanidad extrema: sin mente como las Barbies” (#5) y “El mundo al revés” (#6), todos conceptos que resultan sintomáticos de las intenciones, el tono y las esferas en las que se desenvuelve una publicación en formato fanzine.

LA FANZINOTECA DEL ROCK. Surgida en Bogotá, La Fanzinoteca del Rock tuvo su primer número sin siquiera saber que se convertiría en un proyecto de varias entregas. Cuentan sobre su primera edición que apareció en la antesala de un concierto de The Smiths, cuando un grupo de amigos decidió publicar un fanzine de fanáticos para fanáticos sobre la banda inglesa. Esa publicación llamó la atención de La Valija de Fuego, una editorial independiente o “emergente” como ellos mismos

prefieren calificarse, que emprendió la tarea de realizar nuevas entregas enfocadas en distintas bandas para hacer parte de La Fanzinoteca del Rock. Desde ese momento, bajo el sello de La Valija de Fuego han aparecido dos números más, uno dedicado a The Ramones y el otro a propósito de The Cure. Además del estilo gráfico, influenciado por la tira cómica y el *look* propio de los fanzines de punk de la década del setenta, los números de la Fanzinoteca son en esencia publicaciones personales de corto aliento a propósito de alguna banda y tanto su formato de fanzine como sus decisiones editoriales y de contenido son fundamentales como espejo de este proyecto.

3. El periodismo narrativo y las decisiones editoriales

El capítulo final de este trabajo teórico tiene dos objetivos. Por una parte, al tratarse de un proyecto de grado en el ámbito del periodismo, este capítulo explora brevemente cuál es y cuáles son las características de ese periodismo hacia el que se inclina la publicación, y por otra, especifica cuáles fueron las principales decisiones editoriales para la realización del trabajo que acompaña este documento.

3.1. El estilo de esta publicación

(Una vistazo al periodismo literario y sus características).

¿Cómo definir qué tipo de periodismo debe respirar una revista? Creo que la respuesta se encuentra en los objetivos que esa publicación persiga y en el efecto que busque generar entre sus lectores. En el caso de esta propuesta, que tiene como principal objetivo contar historias/personajes en el ámbito de las MMA y sus disciplinas, entregándole a los lectores contenidos que despierten su interés por el extraordinario y complejo mundo de las artes marciales y las MMA, el estilo del periodismo narrativo aparece como el vehículo más apropiado, principalmente, por la posibilidad de cercanía e identificación que ese estilo promueve entre la historia escrita y el lector.

Ese estilo, el del periodismo narrativo, comenzó a ser cultivados en las redacciones de los periódicos en la década del sesenta y fue bautizado en ese momento como 'Nuevo Periodismo' o 'Periodismo Literario'. "Esos periodistas – algunos de los cuales también eran escritores de ficción – lideraron una revolución silenciosa contra las normas congeladas del llamado "periodismo objetivo", basado en el estilo noticioso, que empezaba a agotarse después de dominar durante más de medio siglo las salas de redacción de los periódicos de casi todo el mundo" (Hoyos, 2003, p. 347), apunta el periodista y escritor antioqueño Juan José Hoyos, quien sin embargo asegura que la expresión 'Nuevo Periodismo' se ha usado desde 1870 y que ya grandes narradores

(Daniel Defoe, Ambrose Bierce, José Martí o Rubén Darío) habían hecho ese tipo de periodismo. (Hoyos, 2003).

En ese sentido, en la década del sesenta, esa nueva forma de expresión se trataba de un acercamiento (y un descubrimiento) entre el periodismo y la literatura, una reacción al esquemático modelo de la pirámide invertida y a la inquebrantable rigidez de los manuales de estilo de las agencias de prensa, asociados a un estilo netamente noticioso, informativo, impersonal y con pretensiones de objetividad. En oposición, la apuesta del periodismo literario, como nueva aproximación al manejo periodístico de la información, aportaba una dimensión estética, antes reservada a la literatura, a un periodismo acartonado, inmóvil y anquilosado, cuyos periodistas y redactores padecían un estatus de inferioridad en relación a los novelistas o los poetas.

Tom Wolfe, escritor y periodista reconocido ampliamente como el padre del 'Nuevo Periodismo' (expresión acuñada por él mismo), comentó que al escribir su primer texto de periodismo narrativo, descrito por su propia pluma como una "subasta de cosas usadas, bosquejos, retales de erudición, fragmentos de notas, breves ráfagas de sociología, apóstrofes, epítetos, lamentos, cháchara" (Wolfe, 1988, p.26) y otras cosas, "Lo que me impresionó no fue solo el descubrimiento de que era posible escribir artículos muy fieles a la realidad empleando técnicas habitualmente propias de la novela y el cuento. Era eso y más. Era el descubrimiento de que en un artículo, en periodismo, se podía recurrir a cualquier artificio literario, desde los tradicionales dialoguismos del ensayo hasta el monólogo interior y empelar muchos géneros diferentes simultáneamente, o dentro de un espacio relativamente breve, para provocar al lector de forma a la vez intelectual y emotiva". (Wolfe, 1988, p. 26).

Justamente, la posibilidad de realizar un híbrido de géneros para una pieza periodística expandió de manera considerable las posibilidades narrativas e informativas del periodismo, desdibujando parcialmente algunas fronteras formales entre el oficio periodístico y la literatura, entre el periodista y el novelista, entre el escritor y el redactor de cables.

Así, según las palabras de Mark Kramer (2001), académico y estudioso del periodismo narrativo, “El periodismo literario ha establecido su campamento rodeado de géneros emparentados que se traslapan entre sí, como la literatura de viajes, las memorias, el ensayo histórico y etnográfico, la literatura de ficción que se deriva de sucesos reales, la ambigua literatura de semificción. Todos estos son campos tentadores delimitados por cercas endeables”, que son cruzadas una y otra vez en el estilo del periodismo literario, que según la definición del mismo autor, describe “el tipo de texto en el que las artes estilísticas y de construcción narrativa asociadas desde siempre con la literatura de ficción ayudan a atrapar la fugacidad de los acontecimientos, que es la esencia del periodismo” (Kramer, 2001).

Ahora, en cuanto a las diferencias entre el periodismo narrativo y el periodismo informativo, siguiendo la propuesta de Hoyos (2003), se pueden identificar al menos 10 elementos o espacios discursivos de divergencia entre un estilo y el otro, teniendo como referencia para el estilo informativo a la noticia, su género por antonomasia:

Orden: “El discurso noticioso destruye el orden cronológico, lo invierte. El discurso narrativo, lo recompone, lo reconstruye, vuelve a crearlo” (Hoyos, 2003, p. 28). Es decir que en el ámbito de las noticias el orden de los acontecimientos es alterado para insertarse en el esquema informativo, cuyo objetivo es contar al comienzo lo más importante de un suceso, para luego explorar, por lo general de manera muy somera, sus causas, sus atenuantes o sus consecuencias. Mientras tanto, en el discurso narrativo las escenas se suceden unas tras otras y ese hilo conductor permite crear el efecto de orden cronológico, en el que la historia se cuenta como sucedió, como si transcurriera en tiempo real ante los ojos del lector. Incluso, cuando ocurren saltos en el tiempo, como en el caso de un recuerdo, el estilo narrativo permite que ese salto se articule con el orden cronológico que se ha construido.

Tensión: “El discurso noticioso destruye la tensión y está diseñado para que el lector se entere de los hechos fundamentales en los primeros párrafos del relato. El discurso

narrativo cuenta los hechos tal como sucedieron, unos tras otro, casi siempre en orden cronológico, dosificando la información, construyendo uno o varios clímax narrativos, creando tensión” (Hoyos, 2003, p. 28).

Detalles: Este elemento es uno de los puntos de divergencia más evidente entre un discurso y el otro. Mientras que para el periodista de noticias los detalles resultan por lo general superfluos, intrascendentes y baladíes, para el periodista literario constituyen elementos simbólicos y narrativos indispensables, que resultan cruciales en su intento de narrar los matices de una determinada realidad. La superficialidad del estilo noticioso, que sin embargo pretende dar cuenta del mundo que nos rodea, prescinde y descarta como nimiedades a los detalles, actitud cuando menos contradictoria con la pretensión de describir una situación o un escenario convertido en picadillo noticioso. Opuesto a lo anterior, el detalle significativo es materia prima ineludible para el discurso narrativo y es tal vez uno de sus principales aliados en el intento por registrar experiencias, retratar personajes y reconstruir situaciones.

Personajes: La frialdad del periodismo noticiosos ha convertido a los protagonistas de la noticia en nombres y apellidos, que rara vez aparecen como individuos de carne y hueso. En el discurso noticioso, cuando no permanecen en el anonimato o se presentan con un alias, los protagonistas son apenas un nombre y una posición en la sociedad: el deportista, el músico, el policía, el político, el vándalo y el criminal aparecen como datos y registros, pero casi nunca como personajes. Por su parte, el discurso narrativo “a partir de los datos de la realidad crea caracteres, dibuja personajes...mostrando la forma de comportarse y de actuar o describiendo los rasgos físicos y espirituales” (Hoyos, 2003, p. 28). De esa forma, las particularidades y la dimensión humana de cada individuo tienden a ser explorada con más profundidad en el estilo narrativo, con la intención de resaltar los aspectos que hacen que de cada persona un mundo y un personaje, con ideas, sentimientos, experiencias y sensaciones que en mayor o menor medida lo diferencian o lo acercan al resto de la humanidad.

Tiempo: “En los textos de estilo informativo, el tiempo no es más que un dato, una hora, una fecha” (Hoyos, 2003, p.28). Mientras tanto, en el estilo narrativo el tiempo es un elemento fundamental, que permite múltiples posibilidades. El paso del tiempo está latente y siempre presente en el estilo narrativo, en el que las historias se desarrollan en relación directa con el transcurso del tiempo. El tiempo, independientemente de que transcurra de manera lineal o no en la historia narrada, funciona “como elemento constitutivo del relato, como soporte” (Hoyos, 2003, p. 29) y por lo tanto su función es fundamental en el desarrollo de un discurso narrativo.

Espacio/ambiente: “En el despacho noticioso el espacio es tratado mediante descripciones breves que a veces se reducen solo a datos como la ciudad o las distancias de los sitios donde ocurren los hechos... En los reportajes, al igual que en los demás textos de estilo narrativo, el espacio es objeto de un especial cuidado y es descrito detalle por detalle. Lo mismo sucede con el ambiente. Ambos sirven de marco indispensable para la narración” (Hoyos, 2003, p. 29).

Diálogos: En las noticias, las voces de los protagonistas (no personajes) son suprimidas o reformuladas a manera de citas y declaraciones, “muchas veces abstraídas de su contexto. El discurso periodístico narrativo, en cambio, trata de captar los diálogos en su totalidad, para así mostrar a los personajes del modo más realista posible. A veces, esta preocupación lleva al narrador a registrar incluso expresiones exaltadas, repeticiones, vacilaciones, interjecciones: detalles sutiles que contribuyan a crear una imagen compleja del personaje” (Hoyos, 2003, p. 29).

Escenificación: “En los textos narrativos las escenas son indispensables para mostrar la acción, para que el lector viva los hechos como si fuera un testigo más de ellos. Por eso la escenificación es uno de los procedimientos narrativos más eficaces en los relatos de corte realista, como pretenden ser casi todos los reportajes, las crónicas, las entrevistas, los perfiles” (Hoyos, 2003, p. 29). Personajes, tensión, detalles, ambiente, espacios, todos son elementos que convergen en la creación de una escena que permite, de forma impresionista, capturar un momento en el tiempo, no solo como

registro de un suceso o un personaje, sino como narración de una acción que puede ser reconstruida y revivida partir de su puesta en escena sobre el papel. A diferencia del periodismo noticioso, cuya única escenificación consiste en fríos sumarios y descripciones reducidas de las circunstancias, la ilación por escenas amplía las posibilidades de ubicar al lector mental y emocionalmente en los espacios y las situaciones en las que se desarrolla una historia, que a su vez se enriquece por los múltiples elementos que hacen parte de cualquier escena y que son susceptibles de aportar sentido a la narración.

Punto de vista: “En los escritos informativos el punto de vista es único, objetivo, impersonal. En ellos, el empleo de la tercera persona es una práctica casi constante. En los textos periodísticos de estilo narrativo, por el contrario, la voz del narrador es producto de una exploración de las múltiples posibilidades de las personas gramaticales usadas en el relato”. Así las cosas, mientras el periodista de noticias suprime sus emociones y opiniones personales para dar lugar a los hechos, en el discurso narrativo “el narrador irrumpe en el relato para expresar sus propios sentimientos y opiniones (Hoyos, 2003, p.30) y los sentimientos y opiniones de aquellos otros personajes cuya intervención pudiera ser pertinente a la historia. Así, el narrador omnisciente, la narración en primera persona, el monólogo interior y la combinación de múltiples puntos de vista, a la manera del Ulises de Joyce, son distintas aproximaciones narrativas para contar una misma historia desde uno o varios ángulos.

Contexto: En cuanto al contexto, nos encontramos ante una diferencia en términos de rigor y profundidad investigativa. “En los despachos noticiosos, el contexto habitualmente se resume o se suprime. Rara vez se habla del pasado de los protagonistas, el cual se reduce, casi siempre, al lugar y a la fecha de nacimiento. En los textos narrativos, el contexto es un marco indispensable para situar la acción principal. Hay preocupación por el ambiente, por la vida – en todas sus complejas manifestaciones – en que están sumergidos los personajes principales” (Hoyos, 2003, p.30). Por lo tanto, una mayor amplitud en el contexto permite dar cuenta con más

profundidad y precisión del devenir de individuos y situaciones, que no se generan de manera espontánea y que tienen sus causas en un contexto determinado, que el autor debe reconstruir e ilustrar con la mayor rigurosidad posible a manera de guía para el lector.

3.2. Sobre las decisiones editoriales de este proyecto *(Contendidos, formato y el modelo de colaboraciones).*

Sin perder tiempo comencemos por el formato. Teniendo en cuenta que se trata de una fanzine, cuyo espacio no es muy amplio y cuyos textos son generalmente de corto aliento, los escritos estarán guiados por aquella célebre frase del escritor español Baltasar Gracián, según la cual, “lo bueno, si breve, dos veces bueno”. Así las cosas, teniendo en cuentas las limitaciones de espacio, los géneros de crónica, perfil, entrevista y relato histórico, bastiones de los contenidos escritos de este proyecto, serán derrotero para las distintas piezas escritas, cuya extensión responderá más al criterio de formato que a la seductora posibilidad de explotar el diverso mundo de alternativas discursivas ofrecidas por cada uno de esos géneros relacionados al periodismo narrativo. Por lo tanto, reconociendo y muy a pesar de que usualmente los trabajos que abordan esos géneros realizan ejercicios de inmersión y profundidad periodística, los artículos tendrán una extensión entre las 800 (mínimo) y las 2000 palabras (máximo).

En cuanto a la organización del fanzine, vale aclarar que este no tendrá ni géneros ni secciones definidas, pues semejante imposición limitaría las posibilidades expresivas de un formato y un estilo de periodismo que, precisamente, pretenden ampliar y subvertir las convenciones que definen a otras experiencias editoriales, en especial aquellas con pretensiones comerciales, usualmente estructuradas a partir de plantillas y secciones claramente definidas que se repiten un número tras otro.

Por otra parte, los escritos que componen este proyecto comparten una característica en común: son atemporales, en el sentido de que tienen la pretensión de trascender el

tiempo presente, el tiempo de la actualidad noticiosa, para quedar suspendidos en un limbo que permita volver a ellos una y otra vez, sin que su contenido sea aplastado y se desvanezca por el paso inclemente del tiempo. Su aspiración, la de cada texto quiero decir, es en buena medida no consumirse de manera tan efímera como las noticias de actualidad, cuya proliferación y fugacidad han hecho de su esencia algo pasajero, circunstancial y fácil de abandonar en el olvido. Por ende, las piezas de esta publicación pretenden tener también un valor como archivo a propósito de historias, temas y personajes del mundo de las artes marciales y las MMA.

Además del tema textual, está el tema gráfico, fundamental para mí proyecto. En este sentido, los artículos estarán acompañados, según sea el caso, de tres elementos: detalles de diseño en la diagramación, ilustraciones/dibujos/pinturas o fotografías. A propósito del diseño y la diagramación, la idea es seguir una línea de diseño simple, en la que los bloques de texto se muevan por la hoja con libertad y se relacionen con unos espacios blancos, que le dan aire al diseño, y otros espacios algo más densos, ocupados por las fotografías, las ilustraciones, los detalles gráficos y las texturas que acompañan a cada artículo. Las infografías, el otro de los formatos (ya que no es un género periodístico como tal) de contenido que tendrá cabida en esta publicación, seguirá en cuanto al diseño una lógica similar a la de los artículos, preservando en buena medida los rasgos particulares de esa forma de organizar información.

Ahora, ¿quiénes son los autores de ese material gráfico y escrito? Por un lado, la redacción, con el pretexto de que se trata de un proyecto de grado a título personal, será acaparada en su totalidad por una sola persona, que no es otra que el individuo que redacta estas palabras. Por otra parte, las piezas gráficas serán aportadas a manera de colaboración por artistas, ilustradores, diseñadores gráficos y fotógrafos de distintos países que hayan explorado en su trabajo el tema de artes marciales y MMA, de tal forma que el fanzine también sirva como un espacio de exhibición para esos trabajos.

4. CONCLUSIONES.

Llegado a este punto, que bien podría ser catalogado como un espacio de reflexión, el desarrollo del trabajo teórico y del producto que componen este proyecto me permiten mirar su reflejo y esgrimir algunas conclusiones iniciales, tanto del proceso como del resultado final, conclusiones que en todo caso resultarán insuficientes sin que en ellas aparezca la opinión del lector, destinatario último de las letras de la publicación que ahora evalúo.

En cuanto al aprendizaje durante esta experiencia, lo más evidente resulta ser aquella nueva información adquirida sobre la historia y el desarrollo de las MMA, información que desconocía o malinterpretaba previo a la investigación y las lecturas realizadas para este trabajo. Además, teniendo en cuenta que se trató de un ejercicio de escritura, haber escrito varias historias alrededor de las MMA resultó ser un buen reto, cuyo resultado es ante todo la experiencia adquirida para escribir sobre ese complejo mundo en particular.

Por otra parte, en cuanto al tema de diseño/diagramación también aprendí algunas nociones sobre los elementos que permiten que una publicación tenga unidad desde lo gráfico y respire un estilo definido, identificable y particular. En esta misma línea, entendí que algunos vacíos gráficos pueden solucionarse simplemente con detalles que resultan muchos más elocuentes que la simpleza que sugieren.

Además de lo anterior, más una confirmación que un aprendizaje, este proyecto reiteró el funcionamiento del modelo de colaboraciones, evidencia de que en la esfera de los productores de contenidos simbólicos e independiente hay una buena disposición para desarrollaron proyectos conjuntos y realizar colaboraciones a partir de intereses y objetivos comunes que guíen los procesos creativos.

Ahora bien, como sucede con el primer número de la mayoría de publicaciones independientes, se trata de una primera aproximación que podría mejorar en algunos

aspectos que le ayuden a cumplir con sus propósitos. En ese sentido, siento que como editor el producto debió haber tenido algún contenido con una aproximación más explicativa, dirigido a las personas que no conoce el deporte y que recién están comenzando a informarse. Vocabulario, listados, técnicas y escenarios explicados desde sus elementos más básicos eran importantes para potenciar una dimensión, si se quiere, educativa o didáctica, con el objetivo de instruir al público y explicar con más rigurosidad algunos aspectos que puedan ser elementales pero desconocidos.

Por otra parte, y a pesar de la apariencia de estar “hilando muy delgado”, no tengo duda de que hizo falta incluir artículos con más énfasis en la lucha y el jiu jitsu, dos componentes cruciales en las MMA. En realidad, el resultado de la publicación es un fanzine más inclinado hacia el *striking* (boxeo, muay thai, kickboxing, etc.) que el *grappling* (judo, lucha, jiu jitsu, etc.), algo que podría ser digno de reproche.

Por último, tengo la certeza de que las posibilidades de este proyecto hacia el futuro están abiertas para que aparezcan nuevos números, que podrán ser distribuidos a mayor escala en la medida en que se defina una forma de reproducción más efectiva y económica, aunque naturalmente, de menor calidad. De alguna forma la descripción de ese tipo de reproducción encaja más con el espíritu original del fanzine, indudablemente modificado en algunos elementos (en especial el de calidad de impresión) para esta entrega, teniendo en cuenta que se tratar de un proyecto de grado con estándares distintos a los de una publicación más callejera y *underground*.

Además, en la medida en que la publicación pudiera mantenerse en el tiempo, resultaría ideal que ella se convirtiera también en un espacio para que ilustradores y artistas, a partir de convocatorias sobre temas específicos, puedan explorar e su trabajo lo que yo creo es un mundo con enormes posibilidad expresivas y simbólicas para abordar desde el arte y la gráfica: es el tema de los deportes, pero especialmente, de las disciplinas de combate, las artes marciales y las MMA.

5. BIBLIOGRAFÍA

CHIAPPETTA, Mike (2012) MMA Fighting. En línea:
<http://www.mmafighting.com/2012/8/8/3228510/nike-signs-ufc-champion-jon-jones-to-global-sponsorship-deal> Recuperado: 25/06/2014

FIGHTERS ONLY (2012) Fighters Only. En línea:
<http://www.fightersonlymag.com/content/news/15911-thailand-government-bans-mma> Recuperado: 25/06/2014

GENTRY III, Clyde. (2011). No Holds Barred. The Complete History of Mixed Martial Arts in America. Triumph Books.

GORMAN, Denis (2013) Metro. En línea:
<http://www.metro.us/newyork/sports/2013/04/25/ufcs-chael-sonnen-blasts-new-york-for-anti-mma-legislation/> Recuperado: 25/06/2014

HOLLAND, Jesse (2013) MMAMANIA. En línea:
<http://www.mmamania.com/2013/5/15/4333504/ufc-contract-details-zuffa-70-millionaires-mma> Recuperado: 25/06/2014

HOYOS, Juan José. (2003). Escribiendo historias. El arte y el oficio de narrar en el periodismo. Editorial Universidad de Antioquia, Medellín.

KRAMER, Mark. (Agosto-Septiembre 2001) Reglas quebrantables para periodistas literarios. *Revista El Malpensante* p. 72-74 y 76-85.

LAST, First (2012) Bleacher Report. En línea:
<http://bleacherreport.com/articles/1097551-the-ultimate-fighter-joe-rogan-recalls-his-favorite-moments> Recuperado: 25/06/2014

MYERS, Thomas (2013) MMAMANIA. En línea:
<http://www.mmamania.com/2013/10/24/5023050/dana-white-reveals-2014-ufc-schedule-of-events-ppv-fox-sports-mma> Recuperado: 25/06/2014

O'BRIEN, Luke (2012/2013) Fast Company. En línea:
<http://www.fastcompany.com/3002947/ufc-tries-prove-its-capable-knockout> Recuperado: 25/06/2014

SIMON, Zane (2013) Bloody Elbow. En línea:
<http://www.bloodyelbow.com/2013/1/29/3928296/ufc-roster-current-list-fighters> Recuperado: 25/06/2014

SNOWDEN, Jonathan (2013) Bleacher Report: En línea:
<http://bleacherreport.com/articles/1516575-the-business-of-fighting-a-look-inside-the-ufcs-top-secret-fighter-contract> Recuperado: 25/06/2014

SNOWDEN, Jonathan. (2008). Total MMA: Inside the Ultimate Fighting. ECW Press, Ontario.

SYMES, Kyle (2013) Bleacher Report. En línea:
<http://bleacherreport.com/articles/1712557-frances-sports-ministry-says-non-merci-to-ufc-upholds-ban-on-mma> Recuperado: 25/06/2014

TRIGGS, Teal (2006) Scissors and Glue: Punk Fanzines and the Creation of a DIY Aesthetic. *Journal of Design History* Vol.19, No.1, Oxford University Press.

UFC (2014). En línea: <http://20years.ufc.com/> Recuperado: 25/06/2014

WOLFE, Tom. (1988). El Nuevo Periodismo. Editorial Anagrama, Barcelona.

6. IMÁGENES

Imagen 1.

http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/5/5b/Pankration_Met_06.1021.49.jpg

Imagen 2. <http://imagenes.4ever.eu/tag/14168/bruce-lee?pg=1>

Imagen 3. <http://www.cornervermelho.com.br/wp-content/uploads/2013/10/familia-1981.jpg>

Imagen 4.

<http://msn.foxsports.com/content/dam/fsdigital/fscom/UFC/images/2014/05/14/051414-UFC-Royce-Gracie-in-action-during-the-Ultimate-Fighter-Championships-UFC-1-Pl.jpg>

Imagen 5.

http://i.cdn.turner.com/si/multimedia/photo_gallery/0805/mma.rivalries/images/ortiz_shamrock.jpg

Imagen 6. <http://newsmma.com.br/wp-content/uploads/2013/05/137252912-1915719.jpg>

Imagen 7. <http://www.campoformosonoticias.com/v4/wp-content/uploads/2013/11/ufc129-getty.jpg>

Imagen 8. <http://www.wallgiv.com/jon-jones-ufc/>

