

# La dimensión simbólica de la máscara zapatista

The symbolic dimension of the Zapatista mask

**FLOR GÓMEZ CORTECERO**

Universidad de Málaga, España  
florgomezcortecero@gmail.com

**FRANCISCO JAVIER RUIZ SAN MIGUEL**

Universidad de Málaga, España  
sanmiguel@uma.es

**MÓNICA HINOJOSA-BECERRA**

Universidad Nacional de Loja, Ecuador  
monica.hinojosa@unl.edu.ec

**ISIDRO MARÍN-GUTIÉRREZ**

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador  
imarin1@utpl.edu.ec

## Abstract

The research is about press photography and the discourse it produces. The photographs that show the EZLN guerrillas with balaclavas have different functional meanings. Beyond its military security function, the anonymity of the EZLN guerrillas achieved a different reach within the collective imaginary. The balaclava became an expressive element, associated with activism and positive propaganda such as equality or freedom. The denial of identity amplified the advertising impact of the insurgent movement. We analyzed 299 photographs collected from January 4, 1994 until December 30, 1994, of which 114 are from the newspaper *El País*, 122 from *El Mundo*, and 63 from *ABC*. For this article we have analyzed the symbolic value of the balaclava and specifically of five images that we understand are relevant to the development of our argument. The balaclava is used as a form of secrecy. Using the balaclava implies a new identity, becoming a guerrilla. The civilian population makes use of the balaclava or uses handkerchiefs to hide their face in order to show empathy for the EZLN or the identification with the ideology. The most relevant conclusions are that the balaclava serves to protect the identity. In the Spanish press analyzed, the balaclava loses its association with the criminal and takes on an aspect of justice. The balaclava becomes a symbol of intergenerational equality and a propaganda force of the ideas of the EZLN.

Keywords: Mask; Chiapas; Zapatistas; EZLN; Photojournalism; War Photography; Press.

## Resumen

La investigación trata sobre fotografía de prensa y los discursos que esta produce. Las fotografías que muestran a los guerrilleros del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) con pasamontañas guardan diversos significados funcionales. Más allá de su función de seguridad militar, el anonimato de los guerrilleros consiguió un alcance diferente dentro del imaginario colectivo. El pasamontañas se convirtió en un elemento expresivo, asociado al activismo y a propagandas positivas como *la igualdad* o *la libertad*. La negación de la identidad amplificó la repercusión publicitaria del movimiento insurgente. Se analizaron 299 fotografías desde el 4 de enero de 1994 hasta el 30 de diciembre de 1994, de las cuales 114 son del diario *El País*, 122 de *El Mundo*, y 63 de *ABC*. Para este artículo hemos analizado el valor simbólico del pasamontañas y concretamente de cinco imágenes que entendemos son relevantes para el desarrollo de nuestra argumentación. El pasamontañas es utilizado como forma de clandestinidad. Utilizar el pasamontañas implica una

nueva identidad, convertirse en guerrillero. La población civil hace uso del pasamontañas o utilizar pañuelos y ocultar la cara demostró su simpatía por el EZLN o la identificación con su ideario. Las conclusiones más relevantes son que el pasamontañas sirve para proteger la identidad. En la prensa española analizada el pasamontañas pierde su asociación con lo delictivo y toma un aspecto de justicia. El pasamontañas se convierte en un símbolo de igualdad intergeneracional y de fuerza propagandística de las ideas del EZLN.

Palabras claves: máscara; Chiapas; zapatistas; ELZN; fotoperiodismo; fotografía de guerra; prensa.

## 1. Introducción

El fotoperiodismo hasta los años sesenta del siglo pasado no ha tenido un reconocimiento a nivel académico. Actualmente existen trabajos de investigación sobre esta temática y sobre la fotografía de prensa (Castellanos, 2003; Barraqueta, 2012).

Nuestra investigación está basada en una clasificación de fotografías publicadas en la prensa española sobre el conflicto de Chiapas de 1994. Al igual que Eduardo Rodríguez Merchán (1993) partimos de la fotografía como medio de comunicación social que, además de informar, posee la capacidad de falsear y manipular la realidad. Creemos que la fotografía es más poderoso que el texto. Para este artículo se realizó una investigación analítica y descriptiva sobre el conflicto armado sucedido en Chiapas (Estados Unidos Mexicanos) durante el año 1994 que enfrentó al grupo armado conocido como Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) y al ejército mexicano. Así el 1 de enero de 1994 el EZLN tomó varios municipios de Chiapas. Su jefe, el apodado Subcomandante Marcos, solicitaba ciertas demandas a través de la «Primera Declaración de la Selva Lacandona» (Ferreira, 2017). El objetivo de este manifiesto era derrocar el gobierno de Carlos Salinas de Gortari.

El EZLN aparecía en un estado mejicano pobre, con redes caciquiles, en donde la comunidad indígena seguía siendo marginada. Un territorio rico en recursos naturales explotado por grandes corporaciones empresariales (Tejeda & Márquez, 2006). En 1994 entró en vigor el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) con Méjico, Estados Unidos y Canadá. Esto provocó el alzamiento del EZLN. Tras una lucha de 12 días encarnizados entre el ejército mejicano y el EZLN se produjo un alto el fuego para llegar a un acuerdo. Es entonces cuando comienza otro tipo de lucha, la comunicativa, para llegar a tener una empatía con la causa. Los periódicos comenzaron a ser un marco publicitario positivo para el grupo insurgente.

La prensa, estamos hablando de prensa escrita ya que era finales del siglo XX y la prensa electrónica aún no tenía fuerza, fue un espacio publicitario a favor del EZLN. La prensa internacional publicó sobre este conflicto y activó nuevos movimientos sociales a través de las redes por Europa (Leyva Solano, 1999). El EZLN conectó con audiencias mundiales con un asunto localista gracias a su imagen proyectada. Muchos reporteros viajaron al estado de Chiapas para informar sobre la lucha entre David (EZLN) y Goliat (ejército mexicano).

La prensa daba espacio para los comunicados del EZLN, los periodistas iban a las ruedas de prensa en la selva y escribían sus crónicas, todos los intelectuales apoyaban la causa indigenista. Y los fotoperiodistas difundían eficazmente el material gráfico. La fotografía siempre ha sido un medio de propaganda, y ésta un arma de guerra (Gómez, Ruiz, Hinojosa & Marín-Gutiérrez, 2017).

Alejandro Pizarroso Quintero (1993) explica que la propaganda política se basa en los mismos principios que la publicidad comercial. La propaganda política se adapta según el

contexto social y la imagen siempre está vinculado a este fenómeno. Desde tiempos de la Grecia clásica la escultura y la arquitectura hasta nuestros días con la fotografía y el video la propaganda política existe.

Creemos que las fotografías de prensa sobre los hechos bélicos producidos en Chiapas tienen una función propagandística de las ideas del EZLN. Recordemos que el EZLN fue un grupo clandestino y armado que cesó de la movilización armada en el 2006 (Pérez Ruiz, 2006). Y sobre esta hipótesis se basará nuestra investigación. Nuestra investigación trata sobre fotografía de prensa y los discursos que produce. En donde el fotoperiodista es el emisor del mensaje pero la prensa es el productor colectivo. Pero también debemos de incorporar otro actor que es el EZLN (Ejército Zapatista de Liberación Nacional) como productor del espacio representativo que define la información sobre este conflicto. El EZLN se convirtió en el referente contextual del mensaje, sobre aquello que se está hablando. Se convirtió el productor del mensaje (Peytard, 1968).

Nos preguntamos varias cuestiones ¿Cuáles son los elementos de la expresión fotográfica y periodística que movilizan la función propagandística de estas fotografías? Y ¿Existió una política visual planificada por EZLN para los fotoperiodistas? La fotografía fue utilizada como unidades de significación que desarrollaron ideas comunicativas. En cuanto a la segunda pregunta entendemos que el EZLN creó imágenes para difundirlas al público elaborando escenografías sugerentes y propagandísticas. En las fotografías publicadas sobre este conflicto hubo una deliberada búsqueda de la espectacularidad a través de la expresión escénica que fueron introducidos por el propio emisor (el EZLN).

Las fotografías publicadas en la prensa española analizada beneficiaban directamente los intereses comunicacionales del EZLN. La semántica de las imágenes nace de una articulación de símbolos (la bandera, el pasamontañas, los pañuelos o la imagen de Emiliano Zapata). A través de estos elementos se vincula la ideología del mensaje a la intencionalidad e identidad del EZLN (Gómez *et al.*, 2018). El uso de propagandístico del fotoperiodismo en Chiapas durante el conflicto quedó determinado por la intención del EZLN modulando ciertos símbolos. Los lectores de los periódicos estaban ya familiarizados con las manipulaciones estatales que realizaban los gobiernos sobre la prensa (Pineda, 2006).

## 2. Marco Teórico

El problema de la tenencia de la tierra que existe en Chiapas proviene de principios del siglo XX. La Revolución Mexicana de inicios de siglo no profundizó en las regiones del sur de México. Mientras que en los estados del norte se acometieron cambios económicos los terratenientes de Chiapas conservaron sus privilegios y las comunidades indígenas fueron hundiéndose en la pobreza. Principalmente la oligarquía ganadera ha sido la que ha dominado el estado de Chiapas durante el siglo XX, teniendo de su lado el poder político y el manejo de la violencia de manera impune (Rus, 2012).

Hasta inicios del siglo XX la Selva Lacandona estaba únicamente poblado por grupos étnicos originarios como eran los lacandones. Posteriormente se fue poblando con colonos indígenas que esperaban prosperar en estas tierras. Esto no sucedió y la respuesta fue la revuelta zapatista de los años por las décadas de opresión y caciquismo (Trench, 2005).

En 1972 el Decreto de la Comunidad Lacandona despojó a 3.000 familias indígenas de las tierras que habían colonizado desde mediados del siglo XX de forma legítima (Fuentes Aguilar & Soto Mora, 1992). Las Cañadas de la Selva Lacandona fueron colonizadas

de forma masiva a finales de los años cincuenta con el apoyo del gobierno mexicano. La explotación principal era la ganadera frente a la agricultura y el gobierno mexicano ofrecía créditos para convertir terrenos de selva en pastizales. Etnias de campesinos choles, zoques, tzeltales o tojolabales fueron a la zona de Las Cañadas para cultivar la tierra (Legorreta, 2015).

Las familias que emigraron a Las Cañadas consiguieron los títulos de propiedad de sus tierras. Pero en 1971 el presidente Luis Echeverría les arrebató su titularidad de la tierra manteniéndoselas únicamente a los lacandones. Fue publicado en el *Diario Oficial* en 1972. Detrás de todo esto existían intereses económicos (Tello Díaz, 2013). Los lacandones y la compañía estatal Forestal de la Lancandona (COLOFASA) tenían un acuerdo de explotación de la madera. Este territorio había tenido talas abusivas por parte de empresas extranjeras en el periodo del porfiriato (1876-1911). En 1974 se celebró en San Cristóbal de las Casas el Primer Congreso Indígena de Chiapas. En este congreso se querían calmar las relaciones entre las comunidades y el gobierno (Morales, 1992).

A raíz del congreso se constituyó el proyecto *Quiptic Ta Lecubtesel*, que agrupaba a representantes de las comunidades y pretendía ser un instrumento oficial para resolver los problemas. 26 comunidades se resistían a abandonar las tierras que habían trabajado durante años. Pero la unión *Quiptic Ta Lecubtesel* no sólo reclamaba la regularización de la tenencia de las tierras, además exigía la eliminación de las abusivas cargas de impuestos sobre los campesinos y las multas por actividades agrarias cuyo único fin era la subsistencia (Acosta, 2003).

En 1978 la situación empeoró con una nueva resolución del presidente José López Portillo. El Decreto de la Reserva Integral de la Biosfera de los Montes Azules se sobreponía al del 1972, y restringía miles de hectáreas a un área natural protegida, lo que volvía a causar discordias entre las comunidades. Las mismas tierras estaban afectadas por decretos diferentes según intereses diferentes, pero los damnificados siempre eran los mismos. Aunque el Gobierno intentó reubicar a las familias choles y tzeltales, muchas se negaron a trasladarse a nuevos asentamientos. El decreto presidencial de 1978 encubría ganancias comerciales para grandes empresa. Las áreas que se decidió conservar fueron aquellas con menores posibilidades petroleras según los estudios de Pemex, la empresa estatal de extracción de petróleo (Kanoussi, 1998).

Agudizados los choques entre comunidades y los campesinos por las promesas incumplidas de los sucesivos Gobiernos, se creó la Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas en 1980. Esta organización representaba a 12.000 familias y perseguía crear una unión de crédito para resolver los problemas de financiación y legalizar la tenencia de la tierra (Torres, 2010). En 1982 se formó la Unión de Crédito Pajal Ya Kactic a partir de las contribuciones de los campesinos. La iniciativa no tuvo el resultado esperado y la crisis en el seno de la Unión de Uniones se acentuó y algunos de sus miembros abandonaron la selva (González & Pólito, 1995).

En 1983 el general Absalón Castellanos fue elegido gobernador de Chiapas. Era un terrateniente de los más ricos del país propuesto por su formación militar para controlar la frontera sur de Guatemala y las guerrillas de Centroamérica. Durante su gobierno la militarización del estado tuvo como consecuencia un incremento de los asesinatos, encarcelamientos masivos, secuestros, torturas y desalojo de poblaciones. Las organizaciones campesinas comenzaron a flaquear por el violento cerco del gobernador (Martínez, 2007).

En ese clima de violencia extrema, representantes de la Unión de Uniones se reunieron con Absalón Castellanos y otros cargos políticos, en 1986, para exigir la regularización de los campesinos y el respeto a los derechos y la cultura de los indígenas. Se consiguió la firma de un convenio regulador y un programa de apoyo financiero. En 1988 se creó la Asociación Rural de Interés Colectivo (ARIC) a partir de la Unión de Uniones, que ya consideraba abierta la vía legal para solucionar los problemas en la región (Gómez, 2015).

En las elecciones de 1988 Carlos Salinas de Gortari fue elegido presidente de México y Patrocinio González, del PRI (Partido Revolucionario Institucional), el cargo de gobernador del estado del Chiapas. Salinas ofreció inversiones en el territorio y dio títulos de propiedad. La ARIC estaba bien relacionada con el gobierno mexicano. Pero los problemas del campesinado no desaparecieron. En los años noventa, el Gobierno solo favorecía a la Confederación Nacional Campesina (CNC), que era un instrumento del Estado y apenas tenía presencia en la selva. Se eliminaron las ayudas y se prohibió la tala forestal lo que produjo dificultades a la población. Se creó la ANCIEZ (Alianza Nacional Campesina Independiente Emiliano Zapata) que sólo se encontraba en la región de Las Cañadas. Fue fundada en 1991 por ex-miembros de la ARIC y se oponía a las políticas del Gobierno (Harvey, 2000).

En 1992 llegaron a la selva rumores sobre reformas en el artículo 27 de la Constitución y la firma de un Tratado de Libre Comercio entre Canadá, Estado Unidos y México. Las reformas supondrían un nuevo atropello contra los derechos del campesinado, ya que daban luz verde a la comercialización de las tierras y ponían fin a su reparto. Aunque se trataba de una política de reparto agrario que nunca había sido ejecutada, pues aún existían muchos latifundios y los campesinos carecían de tierras (Harvey, 1998).

En 1993 la ARIC y la ANCIEZ eran las dos organizaciones agrarias con más presencia en la selva y se disputaban los socios en las comunidades. La ARIC rechazaba una revuelta y la ANCIEZ estaba a favor de una revolución. Antes de los ataques armados del EZLN fue asesinado un dirigente de la ANCIEZ en Altamirano y dos militares. Los simpatizantes de la ARIC abandonaron el lugar ante lo que se avecinaba (Harvey, 1994).

## 2.1. Las máscaras

[...] las máscaras son un ritual recurrente en las culturas indias mexicanas precolombinas, de modo que la rebelión, el igualamiento de los rostros y la puesta en escena histórica retrospectiva actuaron al unísono en la representación teatral de la revolución más innovadora (Castells, 1998, p. 113).

No fue en el conflicto de Chiapas de 1994 la primera vez que unos insurrectos se presentaban ante la opinión pública con el rostro oculto. Pero su uso de pasamontañas y paliacates fue un aspecto al que se le sacó mucha punta (Mascarenhas, 1999). La primera de las preguntas que surgió entonces: ¿por qué aparecer enmascarados ante la opinión pública? Esta es la versión del subcomandante Marcos al respecto:

No sé cuántos argumentos diferentes y contradictorios he dado sobre el uso del pasamontañas. Ahora recuerdo: el frío, la seguridad, el anti-caudillismo (paradójicamente), el homenaje al dios negro del viejo Antonio, la diferencia estética, la fealdad vergonzante. El caso es que, ahora, el pasamontañas es un símbolo de rebeldía (EZLN, 1997, p. 109).

Parece por sus palabras que la dimensión semántica que adquirió el pasamontañas fue algo imprevisto, resultado del acontecer. Pero esto no es del todo cierto. Tras los sucesos

de los primeros meses de 1994 en México, el pasamontañas pasó a convertirse en un símbolo de resistencia. Pero nos fijamos en el pasamontañas como un recurso espectacular. Es un elemento de caracterización de unos personajes que se presentan ante un público. Según la clasificación del teórico teatral Tadeus Kowzan (1969), la máscara y el vestuario son dos signos del sistema semiótico teatral que él propone. Analizamos de qué forma han servido éstos a la propaganda de la guerrilla.

La imagen del guerrillero de Chiapas se ha hecho reconocible mundialmente por el pasamontañas de borla negro, aunque las tropas bases zapatistas, integradas por el campesinado indígena más humilde, llevan en su lugar paliacates rojos. Los paliacates son pañuelos grandes confeccionados en tela estampada. Esta prenda de vestir ha permitido crear una iconografía única, la «marca zapatista». La falta de rasgos es el rasgo sobresaliente, como lo calificó el escritor Carlos Monsiváis (EZLN, 2000, p. 13).

La máscara y el vestuario del guerrillero del EZLN ayudan a construir la imagen del conflicto en los medios. El uso de la máscara buscó la singularidad. Y esto es importante en el sentido de que diferenciaba al Subcomandante Marcos y al mando del EZLN del resto de políticos convencionales mejicanos.

La máscara es un elemento arcaico en la historia de la escenificación. Como apunta Erika Fischer-Lichte (1999), llevar una máscara parece ser el proceso teatral básico por excelencia, pues a quien lleva una ya no se identifica con quien es realmente, sino con aquel al que quiere representar. En este mismo sentido, el lector de prensa no identifica al guerrillero de más alto rango como Rafael Guillén, sino como Marcos (Henck, 2018). La máscara, el vestuario, la apariencia exterior del actor, intervienen en la creación del personaje mediático, desvinculándolo completamente del común ser humano.

Algunos analistas apuntaron hacia la contradicción en el uso del pasamontañas, pues es el símbolo distintivo sobre el que se construye la identidad colectiva del EZLN pero también arrebató la identidad individual a sus portadores.

Según Erika Fischer-Lichte (1999, p. 155) sobre semiótica teatral, ésta afirma que *la máscara fija priva a su portador de esta jerarquía real; no lo deja aparecer como tal, como les parece a los otros por su posición en la sociedad, sino como alguien que no pertenece de la misma forma a la sociedad*. Y la pérdida de la identidad conlleva un sugerente misterio que se convierte en uno de los valores informativos más reclamados.

Los medios rescataron una cara romántica del enmascaramiento, pues también para ellos era así más rentable. Son muchos los que han escrito sobre la figura del Subcomandante Marcos y los guerrilleros del EZLN y lo han comparado con íconos justicieros cuyo encanto radica en una identidad secreta, como El Zorro, Superman o Batman:

Una de las estrategias centrales de esta escaramuza virtual fue el pasamontañas, la identidad fugada de los rebeldes, su condición de vengadores anónimos, a la manera de Batman o los encapuchados del Popol Vuh (Villoro, 1998, p. 38).

Es visto por algunos como una suerte de El Zorro y Chucho el Roto, con un aura de benefactor que arriesga su vida (como efectivamente estaba sucediendo en virtud de que encabezaba a un grupo en guerra) para defender ideales sociales (Trejo Delabre, 1994, p. 68).

Todos estos símiles funcionarían en cualquier parte del mundo como estrategia de propaganda, pero especialmente en un país como México, donde hay una admiración popular por el galán disfrazado. La fortaleza de este recurso reside en la atracción sobre las emociones que suscitan ciertas fantasías culturales. La atención de la opinión pública se posa

en lo extraordinario, lo singular y lo exótico, en el sentido de desmarcar y de confirmar lo propio, y de disponer de alternativas ficticias a la vida cotidiana (Böckelmann, 1983).

En el escenario político, el líder debe adquirir una serie de atributos que le hagan conseguir el favor de su propio bando y de la opinión pública. Cada región del mundo, cada cultura o cada conflicto concreto exigirá determinadas cualidades a sus líderes, el público valora de manera positiva ciertos rasgos universales en la personalidad de los dirigentes.

Mario Herrero Arconada (1989) apunta hacia la preferencia por el líder *common man*, el hombre corriente con el que es fácil identificarse. Roger-Gerard Schwartzberg (1978) se refiere a un ciclo cambiante de *papeles* que desempeñaría el actor político contemporáneo, que comienza con el *héroe distante* y acaba con el *líder encantador*. En el camino puede haberse quedado el *hombre común*, pues el público simpatiza con el político sencillo, pero al mismo tiempo desea una persona con cualidades excepcionales, que sobresalga de vez en cuando de la cotidianidad.

El líder del EZLN quiso ajustarse a estas directrices propagandísticas y se dejó fotografiar con actitud mansa y afable. Pero al mismo tiempo se cuidaba de no caer en la completa vulgaridad y ponía algo de distancia mediante lo enigmático y lo mítico. A esto ayudaba el uso del pasamontañas (Gómez, 2015).

### 3. Metodología

Comenzamos nuestra investigación realizando una búsqueda de documentación a fin de recopilar las unidades de estudio con las que trabajamos y que fue la base para la reconstrucción cronológica de los hechos. Nuestro estudio abarca desde el 1 de enero de 1994 hasta el 31 de diciembre de 1994. Se hizo necesaria una amplia búsqueda bibliográfica, abordando diferentes temáticas relacionadas con el fotoperiodismo. Incluimos en nuestra investigación herramientas cuantitativas. El análisis de contenido es una herramienta metodológica que siempre se ha estimado muy conveniente en las investigaciones de medios de comunicación de masas.

El análisis de contenido es fundamental en investigaciones de comunicación pues atiende a «fenómenos simbólicos». En la introducción a su obra sobre el análisis de contenido, el profesor Klaus Krippendorff (1990, p. 150) destaca una de las ventajas de esta metodología: *procura comprender los datos, no como un conjunto de acontecimientos físicos, sino como fenómenos simbólicos, y abordar su análisis directo. Los métodos de las ciencias naturales no se ocupan necesariamente de significados, referencias, valoraciones e intenciones.*

El análisis de contenido presta especial importancia al contexto de producción del mensaje que Laurence Bardin (1986, p. 65) resume en una serie de cuestiones básicas: *¿quién habla a quién, en qué circunstancias, cuál es el momento y lugar de la comunicación, cuáles son los acontecimientos anteriores o contemporáneos?* También Krippendorff (1990, p. 87) reseña la pertinencia de este contexto en los estudios de medios de comunicación: *Un investigador de las comunicaciones tal vez interprete el significado de un mensaje en relación con las intenciones del emisor, los efectos cognitivos o conductuales que ejerce sobre el receptor, las instituciones dentro de las cuales se produjo el intercambio o la cultura en la que desempeña el papel.* En nuestro caso nos centraremos en el uso de la máscara.

En nuestra investigación el universo de la muestra está compuesto por las fotografías del conflicto publicadas en las ediciones de los diarios españoles *El País*, *El Mundo* y *ABC*, desde el 4 de enero de 1994 hasta el 30 de diciembre de 1994. Hemos incluido en este ar-

título seis fotografías publicadas que entendemos son relevantes para el desarrollo de nuestra argumentación.

Se han seleccionado fotografías que acompañaban a informaciones referentes a la revuelta del EZLN, de forma parcial o total. Son un total de 299 fotografías analizadas. Consideramos que este *corpus* cumple las reglas relativas a la selección de documentos para el análisis de contenido que destaca Bardin (1986). Las fotografías analizadas en donde está el uso de máscaras son de 87 fotografías.

No se han incluido las imágenes relativas al asesinato de uno de los candidatos presidenciales mexicanos, pues no consideramos que éstas sean relevantes para la investigación, ni son consecuencia de la rebelión en el sur del país. En el año acotado para la muestra se celebraron elecciones presidenciales en México, lo cual dio lugar a informaciones sobre este proceso electoral que, a pesar de haberse vuelto más agitado de lo habitual por la presencia de la guerrilla, no estaban directamente relacionadas con el conflicto en Chiapas.

La regla de representatividad se ha tenido en cuenta a la hora de acotar el *corpus* en el tiempo y de elegir los diarios de los que extraer las fotografías. El 1 de enero de 1994 es el día en el EZLN hizo su aparición pública, y los meses sucesivos supusieron el punto álgido en cuanto a repercusión mediática para la guerrilla. *El País*, *El Mundo* y *ABC* son los periódicos más representativos del mercado nacional español en el momento de estudio, a nivel de tirada y de cobertura geográfica. El espectro de ideologías políticas se encuentra cubierto con esta elección, pues *El País* es un medio considerado de centro-izquierda, *ABC* un medio conservador, y *El Mundo* un diario cuya línea editorial tendía al centrismo, y desde un enfoque comunicativo algo más espectacularizante que los anteriores (Gómez, Ruiz & Hinojosa, 2017).

La regla de homogeneidad se relaciona reduciendo el *corpus* a imágenes de periódicos y descartando otro tipo de publicaciones como revistas o libros. Se consiguió una muestra con unidades análogas dentro de un mismo lenguaje, el del fotoperiodismo. Se sigue la regla de la pertinencia, al acotar el *corpus* a un conjunto de elementos adecuados como fuente de información, según los objetivos establecidos previamente para la investigación. El *corpus*, o la muestra, se redujeron a 299 imágenes, de las cuales 114 son extraídas del diario *El País*, 122 de *El Mundo*, y 63 de *ABC*. Algunas de estas imágenes se repiten, en el mismo diario o en otro, pero presentan diferencias por manipulaciones de la expresión, por el proceso de compaginación, o distintos pies de foto.

En la construcción de las categorías y las variables dentro de éstas, para el registro de los datos, se ha seguido el modelo que aplicó Francisco Javier Ruiz San Miguel (2002). Ruiz San Miguel abordó el estudio de estos productos comunicativos enmarcándolos en sus procesos de producción y circulación, amplias fases de investigación que abarcan complejos elementos y relaciones entre ellos. Nosotros sólo nos centraremos en las características propias de estos productos dentro de la fase de producción: los códigos en los que se asientan sus estrategias discursivas; los de su enunciación lingüística, relacionados con la naturaleza de la expresión fotográfica y el referente real; y los de su enunciación paralingüística, las relaciones de la fotografía con otros elementos en el conjunto del diseño periodístico. Los modos de acción de estos conjuntos de codificadores nos dieron algunas pistas sobre la intención del emisor y las funciones que algunos de ellos cumplen dentro del proceso comunicativo, entre ellas la propagandística.

Tomamos el modelo de análisis semiótico del mensaje propagandístico de Antonio Pineda Cachero (2006) para delimitar los «propagandemas» principales en la situación informativa estudiada.

### 3.1. Hipótesis y objetivos

La hipótesis general de la investigación es la demostración de que existe un discurso propagandístico profundo en las fotografías publicadas en la prensa escrita española sobre el conflicto de Chiapas de 1994. En la combinación de elementos estéticos y expresivos de la imagen está la manifestación de esa declaración ideológica o de propaganda, que sirve a una de las partes implicadas: la guerrilla EZLN.

El objetivo central del presente trabajo será la identificación de este discurso propagandístico a través de elementos codificadores propios de la expresión fotográfica, poniendo especial énfasis en determinados sistemas de códigos que el lenguaje del fotoperiodismo comparte con el de las artes escénicas. El elemento codificador en nuestro caso será el pasamontañas.

Reflexionaremos en torno al emisor del mensaje e indagaremos en su responsabilidad en el proceso comunicativo. La selección, combinación y publicación de los elementos expresivos que estructuran el mensaje propagandístico es el modo por el que el emisor materializa su intención ideológica de poder y establece la relación comunicativa con el receptor (Pineda, 2006). En la introducción ya destacábamos que consideramos al EZLN director de su propia proyección en los medios, en cuanto que ha conseguido la empatía de la opinión pública mediante la creación de un universo simbólico, lleno de signos vinculados a su ideario político.

## 4. Resultados

Un ejemplo ilustrativo de todo esto son sus retratos ecuestres (Fotografía 1 y 2), que evocan la imagen de una guerra pretérita. No sólo le separan de la cotidianidad, sino que lo sitúan en una dimensión de fábula, de aventura.

---

Fotografía 1. *El Mundo*, 9 de diciembre de 1994

---



Así, el Subcomandante Marcos a caballo es el valiente guerrero arcaico, que luchaba cuerpo a cuerpo. La pipa también remite a lo primario, al tabaco que fumaban los indígenas caribeños del Nuevo Mundo. Puede que además a la pose intelectual.

Fotografía 2. *El País*, 3 de abril de 1994



En un principio relegamos a un segundo plano la función estratégica o militar del pasamontañas. No obstante, debemos señalar que nos parecen procedentes las reflexiones de la profesora Genoveva Flores (2008) sobre las resistencias campesinas en México y la necesaria ocultación de identidades.

Flores (2008), que ha estudiado algunos de los casos de resistencias rurales mexicanas con más resonancia, considera que el anonimato es un elemento que tiene que acompañar a este tipo de discursos, pues en la naturaleza misma de éstos está el secreto. Las rebeliones se gestan subrepticamente, ocultándose de las elites dominantes, aunque en la vida pública los oprimidos sigan actuando con sumisión ante el sistema político. En opinión de Flores, los indígenas que pasaron a formar las filas del EZLN, a pesar de vivir aislados en las selvas y montañas de los Altos de Chiapas, nunca pudieron huir del hostigamiento de los caciques que se asentaban en estas zonas. Y por esa fuerte opresión continuada, el anonimato fue un elemento indispensable en el florecimiento del EZLN y sus posteriores actuaciones tras el estallido de la rebelión (Flores, 2008).

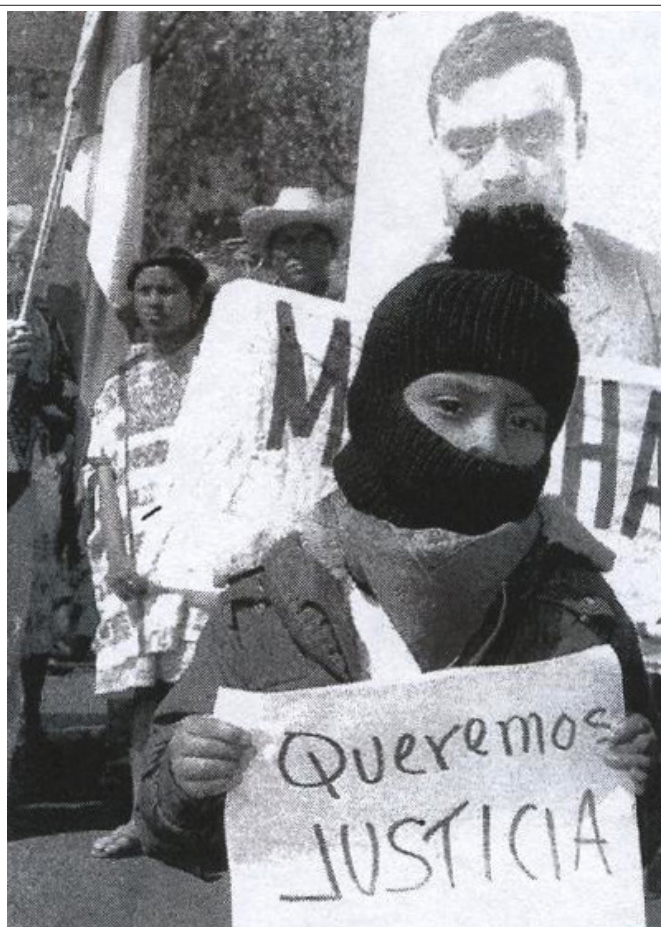
Pero el pasamontañas también tiene sus puntos negros, que parecen haber sido contrarrestados por la positiva resonancia publicitaria. Por ciertos códigos culturales relacionamos el pasamontañas con actividades delictivas (Abreu, 2005). Si el rostro y la figura hay que interpretarlos como indicadores de la posición que una persona ocupa en la sociedad y de su identidad en la misma. Entonces el pasamontañas sería un asomo de clandestinidad.

En el caso zapatista, la criminalidad connotada por el pasamontañas parece que quedó desplazada ¿Por qué? En primer lugar, porque tras las fotos de los encapuchados había una causa con la que el lector simpatizaba. En segundo lugar, porque el lector veía civiles posando con el pasamontañas, lo que la legitimaba. Ponerse el pasamontañas implica convertirse en guerrillero, una nueva identidad. Pero en las fotografías de prensa de la época encontramos situaciones en las que la población civil hace uso del accesorio para demostrar su simpatía por la guerrilla o la identificación con su ideario.

Las imágenes en las que aparecen niños con pasamontañas son las que más fuerza propagandística tienen. Fijémonos, por ejemplo, en la siguiente fotografía del niño con pasamontañas y paliacate enseñando un cartel de protesta (Fotografía 3). Es evidente que este niño no lucha en las montañas de Chiapas. Lo poco que vemos de su rostro nos hace conjeturar sobre su pertenencia al pueblo indígena, aunque lo damos por hecho considerando las otras dos personas que aparecen tras él y el titular. Su familia son civiles indígenas que apoyan la rebelión del EZLN. Esto queda patente por el mensaje del cartel que enseña, pero el pasamontañas es un recurso mucho más elocuente.

La dirección de lectura de la imagen comienza en el rostro de Emiliano Zapata en el área superior de color claro, baja hacia la máscara y después hacia el texto diegético, que refuerza toda la información visual: la protesta. La figura de Zapata también aparece en la Fotografía 6.

Fotografía 3. *El Mundo*, 5 de marzo de 1994



Otra imagen es la de un joven disfrazado del subcomandante y fotografiado en una marcha por la dignidad gay (Fotografía 4). Que este colectivo asociado a ideales liberales e igualitarios elija la indumentaria militar de una guerrilla para expresarse públicamente sería inquietante de no tratarse del EZLN. Aquí volvemos a encontrar la misma intención comunicativa de identificación que en la imagen del niño (Fotografía 3), aunque algunos podrían calificarla de inoportuna porque este joven no es un indígena de Chiapas. La cuestión es que él manifiesta así su aprobación hacia la causa del EZLN y la equipara a la suya propia: la lucha por el reconocimiento de los derechos de dos colectivos marginados, el

pueblo indígena y los ciudadanos *gays*. Es un buen ejemplo de cómo la imagen del Subcomandante Marcos, con sus complementos varios, terminó por adquirir unos atributos morales positivos. Si el lector de prensa observa que la indumentaria militar del ELZN se encuentra en un contexto festivo rebaja el grado de peligrosidad de esta banda armada. Todo ello gracias a una nueva ventaja propagandística sobre el otro bando.

Fotografía 4. *El País*, 21 de agosto de 1994



Otra de las imágenes muestra un numeroso grupo de personas de rasgos indígenas, con paliacates tapando su rostro y aplaudiendo algo que queda fuera de campo (Fotografía 5). No necesitamos leer el pie de foto, que explica que los presentes aplauden el discurso de un guerrillero, para identificarlos como simpatizantes del EZLN. Lo más destacado de la fotografía es el grupo de niños en primer plano. Se vuelve a utilizar a la vulnerabilidad de la infancia para llamar a las emociones. Son niños de comunidades indígenas que sufren el abandono que denuncia el EZLN. El titular del artículo que acompaña a la foto es sobre las elecciones presidenciales mexicanas. El EZLN no tuvo representación en las elecciones, pero reivindicaba unas elecciones limpias y rechazó el voto para el PRI. Como vemos, grandes propagandemas relacionados con el uso de la máscara se desprenden del mensaje informativo: desde *la valentía y la bondad*, hasta *la libertad y la unidad*.

Fotografía 5. *El País*, 23 de agosto de 1994



Fotografía 6. *El País*, 8 de diciembre de 1994.



## 5. Conclusiones

Como curiosidad nos gustaría señalar que en el levantamiento zapatista fue la primera vez que un complemento militar distintivo dio lugar a *merchandising de guerra*. En 1994 en la zona de Chiapas comenzaron a comercializarse todo tipo de productos con las efigies zapatistas, desde camisetas hasta preservativos. La tradicional muñeca maya *chamulita* fue sustituida por muñecos con pasamontañas negro y cananas.

La primera conclusión que extraemos es que la fotografía de prensa es un medio capaz de establecer unas estrategias de persuasión y de crear opinión. Tiene un margen de independencia representativa con respecto a la realidad que da lugar a un mensaje dirigido al espectador.

En cuanto a la pregunta principal que planteábamos en la hipótesis de partida, concluimos que las fotografías publicadas en la prensa sobre los hechos de Chiapas ofrecen información ideológica, sirviendo a la propaganda del EZLN. Nos lleva a esta afirmación la detección de ciertos elementos en las imágenes que fijan ideas, conceptos y símbolos, en definitiva, propagandemas.

En los tres diarios estudiados, a pesar de ser de diferente signo político, se constata la hipótesis, pues todo el material gráfico de este conflicto procede de las mismas grandes agencias internacionales. Conceptos que favorecen la imagen de este grupo guerrillero armado son inducidos a partir de la interacción de códigos espaciales, lumínicos o gestuales.

Existe una tendencia a la elección de planos cortos para retratar a los guerrilleros, que contrasta con la de elegir planos más amplios para los soldados del ejército. Los primeros suelen protagonizar retratos individuales y los segundos grupales. Esto hace que nuestra representación del Gobierno/Ejército se despersonalice y que se estreche la implicación psíquica del lector con los guerrilleros.

La figura del subcomandante Marcos estuvo muy repetida en los periódicos analizados, mientras que la presencia visual del gobierno es mínima. Una vieja regla de propaganda indica que la exaltación debe concentrarse en una persona o grupo concreto. La propia fisonomía de Marcos es el gran pilar publicitario del EZLN (Gómez Cortecero & Gómez Gómez, 2010).

El recurso al drama viene muy bien a la propaganda de la guerrilla y se manifiesta en las imágenes. Sabemos que es un conflicto en torno a unas minorías que padecen, y la apelación al sentimentalismo es la baza que se juega. El héroe-mártir ha sido un rol estrella en la historia de la propaganda bélica, y se busca esa atribución a los zapatistas.

Las fotografías sugieren una competición desigual, frente a un enemigo despersonificado, una amenaza de potencial desconocido contra la que los indígenas llevan todas las del perder. Se busca así despertar miedo en el receptor del mensaje y su aprobación de la causa minoritaria. El uso de focales largas cuando se retrata al colectivo del Ejército inspira peligro, al poner distancia física entre el referente y el lector, o bien connota superioridad militar al aplanar la perspectiva. Hemos encontrado referencias a fusiles de madera, armas rudimentarias, lanza casera o machetes de cortar maíz, para describir el armamento del EZLN (Ruiz & Gómez, 2017).

Se han observado casos especiales de focalización del punto de vista que conducen a una lectura de la composición propicia a los intereses zapatistas, ya sea por la búsqueda de un sentido oportuno o de una armonía estética. En relación a este último aspecto, consideramos que el beneficio del posado, en algunas fotografías de guerrilleros, sustenta atribuciones psicológicas pro-carisma.

Se revela un interesante discurso codificado en cuanto al uso de la luz, que también deriva en una valoración positiva de la guerrilla. Hay una tendencia a situar a los soldados del Ejército federal mexicano en áreas de la imagen oscurecidas y a los civiles en áreas más claras. Lo primero conduce a una simbología del oscurantismo que vuelve a la cuestión del anonimato amenazante que señalábamos más arriba. En un momento en el que la opinión pública cuestiona las acciones de un poder ya marcado por la sombra de la corrupción, la modulación de este grupo de codificadores refuerza creencias críticas.

En la codificación gestual también se aprecia carga ideológica. Vemos expresiones de la población de frenesí revolucionario, de ánimo a los guerrilleros. También de aflicción,

el recurso al dramatismo como indicábamos anteriormente. Todo ello constituye una búsqueda de la empatía de las audiencias.

Podemos concluir que la guerrilla se ha publicitado activamente configurando ellos mismos un espacio de la representación exclusivo, e incluyendo en él su disfraz, unas localizaciones simbólicas, y una marca épica. Y éste ha sido un proyecto, a nuestro juicio, definido por la planificación, la creatividad, y la teatralidad. Es un proceso muy complejo, pero supone un «atajo» para llegar a la mente del lector.

El pasamontañas les ha servido para adoptar una nueva identidad: el figurante mediático. Es muy curioso el modo en que éste ha perdido su asociación a lo delictivo y ha tomado un cariz justiciero. Hemos visto a civiles con él puesto, incluso niños, lo que le ha otorgado mayor fuerza propagandística y lleva a un propagandema clásico: la igualdad. La preferencia por el formato horizontal y la extensión de los planos ya nos dan algunas pistas sobre la importancia del entorno en este suceso.

Los guerrilleros han procurado ser fotografiados en un contexto de significación, un espacio lleno de signos sin salir de la realidad. La selva, la iglesia o su congreso. Son los decorados en los que han querido posicionarse, porque a partir de todos ellos han estimulado elementos significantes que validan su mensaje. Y el fotoperiodista ha completado la estrategia para su fin comunicativo. La pureza de lo incivilizado, la seducción de lo recóndito, la protección celestial o el honorable pasado. Son algunos de los valores a los que han aspirado a ser asociados a partir del espacio físico real.

La estampa de un líder más que visible en el relato periodístico es otro de los puntos fuertes a destacar. Este emisor por excelencia ha introducido objetos reales en el espacio de la representación, a modo de caracterización, que son portadores de significación positiva: pipa, cananas o caballo. Equiparan al subcomandante Marcos a modelos ficticios que están en el imaginario colectivo y nos resultan cautivadores por pertenecer a la fantasía. Otros elementos expresivos, como la codificación gestual, han definido la percepción de su psicología, presentando a un sujeto humanizado, merecedor de confianza.

La inserción de retratos de Emiliano Zapata y la estética del tradicional revolucionario nacional en las páginas de los periódicos estaría relacionada con las condiciones de recepción culturales de este mensaje propagandístico. El emisor aprovecha un sentimiento en el receptor para enfocar un propagandema, el patriotismo. El emisor se presenta comparando esas mismas condiciones de recepción. El romanticismo de lo pretérito, montados a caballo, es otro estímulo dirigido al receptor insertado en este mismo mensaje.

El EZLN creó y estructuró sucesos informativos, y el nada inocente manejo de simbolismos en ellos: la bandera del país para extender sus demandas fuera de las fronteras regionales, un juicio contra la encarnación de la injusticia, armas de madera para un desfile militar de mujeres y niños vestidos como zapatistas (Ruiz & Gómez, 2017).

El EZLN también se convierte en emisor del mensaje informativo al permitir el acceso a los fotógrafos a las poblaciones ocupadas, para fabricar así la prueba gráfica de la situación de la población indígena de Chiapas: hambre, insalubridad o desprotección.

En nuestra opinión es fundamental tener en cuenta la crisis estructural en la sociedad global de la época. Gran parte de la población mundial rechazaba el nuevo orden mundial a las puertas del siglo XXI. Se generalizó una gran preocupación por preservar la identidad individual, en contra de los veloces cambios económicos, culturales, tecnológicos o medioambientales de la globalización. En este contexto surgieron movimientos sociales contrarios a este proceso que captaron la atención de la ciudadanía, entre ellos, el EZLN.

El interés mediático internacional se prolongó al presentarse la guerrilla desafiando a la globalización y como una abanderada de lo ideosincrásico.

Todo este fenómeno comunicativo se produce en unas condiciones de recepción ideales, que han determinado el sentido final de esos elementos expresivos que articulan la propaganda manifestada.

## 6. Referencias bibliográficas

- Abreu Sojo, Carlos (2005) Para analizar la fotografía de periodística, *Sala de Prensa*, 3.
- Acosta Chávez, Marcela (2003) La Quiptic Ta Lecubtesel: autonomía y acción colectiva. *Nueva antropología*, Vol. 19(63), pp. 115-135. Recuperado de <https://bit.ly/2OUbMNd>
- Barrazueta Molina, Patricio (2012) Orígenes del fotoperiodismo en Ecuador, *Chasqui*, n° 119, 17-22. Recuperado de <https://bit.ly/2RLqXbH>
- Bardin, Laurence (1986) *Análisis de contenido*, Madrid, Akal.
- Böckelmann, Frank (1983) *Formación y funciones sociales de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Castellanos, Ulises (2003) *Manual de fotoperiodismo: retos y soluciones*, Ciudad de México, Universidad Iberoamericana.
- Castells, Manuel (1998) *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad*, Vol. II, Madrid, Alianza Editorial.
- EZLN (1997) *Documentos y Comunicados 2*, México D.F., Era.
- EZLN (2000) *Documentos y comunicados 4*, México D.F., Era.
- Ferreyra Corral, Diana Patricia (2017) Primera declaración de la Selva Lacandona: la declaración de guerra del EZLN al gobierno mexicano, 1994, *Letras históricas*, n° 16, pp. 225-243. Recuperado de <https://bit.ly/34Z5OQu>
- Fischer-Lichte, Erika (1999) *Semiótica del teatro*, Madrid, Arco Libros.
- Flores, Genoveva (2008) La fotografía periodística y la resistencia rural en México en los siglos XX y XXI, *Pandora: Revue d'études hispaniques*, n° 8, pp. 69-84.
- Fuentes Aguilar, Luis & Soto Mora, Consuelo (1992) Colonización y deterioro de la selva Lacandona, *Revista Geográfica*, n° 116, pp. 67-84. Recuperado de <https://bit.ly/33SAbqD>
- Gómez Cortecero, Flor (2015) *Propaganda e imagen: el conflicto de Chiapas en la prensa española*, [Tesis doctoral], Málaga, Universidad de Málaga. Recuperado de <https://bit.ly/33YaVzl>
- Gómez Cortecero, Flor y Gómez Gómez, Ana Julia (2010) La habilidad comunicativa de la guerrilla posmoderna. El conflicto de Chiapas en imágenes, en Enrique Bordería Ortiz, Enrique; Martínez Gallego, Francesc Andreu e Inmaculada Rius Sanchís (coord.) *Política y comunicación en la historia contemporánea*, Madrid, Fragua, pp. 789-805.
- Gómez Cortecero, Flor; Ruiz San Miguel, Francisco Javier y Hinojosa Becerra, Mónica (2017) Significados funcionales de la fotografía de guerra: las víctimas de Chiapas. En *Voces alternativas: Investigación multidisciplinar en comunicación y cultura*, Sevilla, Egregius, pp. 184-202. Recuperado de <https://bit.ly/2DDEQlv>
- Gómez Cortecero, Flor; Ruiz San Miguel, Francisco Javier; Hinojosa Becerra, Mónica y Marín-Gutiérrez, Isidro (2018) Uso de figuras mexicanas en el mensaje político del EZLN, En *Aportación interdisciplinar a los retos de la comunicación y la cultura del siglo XXI*, Sevilla, Egregius, pp. 51-73. Recuperado de <https://bit.ly/2ODYtQG>

- Gómez Cortecero, Flor; Ruiz San Miguel, Francisco Javier; Hinojosa Becerra, Mónica y Marín-Gutiérrez, Isidro (2017) El fotoperiodismo y su propaganda, el caso de Chiapas, *Revista de Cultura de Paz*, Vol. 1, pp. 85-108. Recuperado de <https://bit.ly/2LccSl2>
- González Esponda, Juan y Pólito Barrios, Elizabeth (1995) Notas para comprender el origen de la rebelión zapatista, *Chiapas*, n° 1, pp. 101-123. Recuperado de <https://bit.ly/2sRf2jX>
- Harvey, Neil (1994) Playing with fire: The implications of ejido reform, *Native Americas*, n° 20. Recuperado de <https://bit.ly/33SpWT5>
- Harvey, Neil (1998) La autonomía indígena y ciudadanía étnica en Chiapas, *Boletín de antropología americana*, n° 32, pp. 97-110. Recuperado de <https://bit.ly/2rXn5ew>
- Harvey, Neil (2000) *La rebelión de Chiapas: la lucha por la tierra y la democracia*, México D.F., Era.
- Henck, Nick (2018) *Insurgent Marcos: The political-philosophical formation of the Zapatista subcommander*, The University of North Carolina Press. Recuperado de <https://bit.ly/2sHmeif>
- Herreros Arconada, Mario (1989) *Teoría y técnica de la propaganda electoral. Formas publicitarias*, Barcelona, Escuela Superior de Relaciones Públicas.
- Kanoussi, Dora (1998) *El zapatismo y la política*. México D.F., Plaza y Valdés. Recuperado de <https://bit.ly/2YuKAb7>
- Kozwan, Tadeus (1969) El signo en el teatro. Introducción a la semiología del arte del espectáculo, en AA.VV. *El teatro y su crisis actual*, Caracas, Monte Ávila.
- Krippendorff, Klaus (1990) *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Legorreta Díaz, María del Carmen (2015) *Religión, política y guerrilla en Las Cañadas de la Selva Lacandona*, México D.F., UNAM. Recuperado de <https://bit.ly/33PIC5R>
- Leyva Solano, Xóchitl (1999) De las cañadas a Europa: niveles, actores y discursos del nuevo movimiento zapatista (NMZ) (1994-1997, *Desacatos*, n° 1, pp. 1-25. Recuperado de <https://bit.ly/2RhNDl5>
- Martínez Mendoza, Sarelly (2007) El periodismo en Chiapas durante el gobierno de Absalón Castellanos Domínguez, *Revista Pueblos y fronteras digital*, n° 3. Recuperado de <https://bit.ly/2RqGBdY>
- Mascarenhas de Almeida, José Rúbens (1999) *De Pasamontañas e Paliacates-a luta dos homens sem rosto: o processo de construção da contra-hegemonia do Exército Zapatista de Libertação Nacional*. Diss. Dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. São Paulo, PUCSP, Recuperado de <https://bit.ly/2RpZuO6>
- Morales Bermúdez, Jesús (1992) *El congreso indígena de Chiapas: un testimonio*, Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto Chiapaneco de Cultura.
- Pérez Ruiz, Maya Lorena (2006), El EZLN y el retorno a su propuesta radical, *Cultura y representaciones sociales*, Vol. 1(1), pp. 33-65. Recuperado de <https://bit.ly/2PjP2oy>
- Peytard, Jean (1968) Pour une typologie des messages oraux. *Les français dans le monde*, 57.
- Pineda Cachero, Antonio (2006) *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*, Sevilla, Alfar.
- Pizarroso Quintero, Alejandro (1993) *Historia de la propaganda: notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*, Madrid, Eudema.

- Rodríguez Merchán, Eduardo (1993) *La realidad fragmentada: Una propuesta de estudio sobre la fotografía y la evolución de su uso informativo*, Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- Ruiz San Miguel, Francisco Javier y Gómez Cortecero, Flor (2017) Reflexiones sobre los usos informativos en el conflicto de Chiapas. La campaña propagandística 'Low Cost' del EZLN. En González Madrid, Damián Alberto; Manuel Ortiz Heras, Manuel y Pérez Garzón, Juan Sisinio (coord.) *La Historia, lost in translation?* Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 2343-2352.
- Ruiz San-Miguel, Francisco Javier (2002) *Imagen fija: fotoperiodismo en la prensa diaria del País Vasco (1978-1992)*, Bilbao, Universidad del País Vasco, Servicio Editorial.
- Rus, Jan (2012) *El ocaso de las fincas y la transformación de la sociedad indígena de Los Altos de Chiapas, 1974-2009*, Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas, Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica.
- Schwartzenberg, Roger-Gerard (1978) *El show político: Ensayo sobre, y contra, el star-system en política*, Barcelona, Dopesa.
- Tejeda Cruz, Carlos, & Márquez Rosano, Conrado (2006) Apropiación territorial y aprovechamiento de recursos forestales en la comunidad Frontera Corozal, Selva Lacandona, Chiapas, México, *Revista de Geografía Agrícola*, n° 37, pp. 79-95. Recuperado de <https://bit.ly/2rRdTrK>
- Tello Díaz, Carlos (2013) *La rebelión de las Cañadas*, Madrid, Debolsillo. Recuperado de <https://bit.ly/2Ym6op9>
- Torres, José Luis (2010) Unión de Uniones Ejidales y Grupos Campesinos Solidarios de Chiapas, *Poder popular. Construcción de ciudadanía y comunidad*, n° 21, pp. 53-200.
- Trejo Delabre, Raúl (1994) *Chiapas. La comunicación enmascarada*, México D.F., Diana.
- Trench, Tim (2005) Representaciones y sus impactos: el caso de los lacandones en la Selva Lacandona, *Liminar*, Vol. 3(2), pp. 48-69. Recuperado de <https://bit.ly/33PH5g7>
- Villoro, Juan (1998) El guerrillero inexistente, en *Imagen*, abril-mayo de 1998. Consejo Nacional de la Cultura (Conac) de Venezuela. Caracas.

Gómez Cortecero, Flor, Ruiz San Miguel, Francisco Javier, Hinojosa-Becerra, Mónica, Marín-Gutiérrez, Isidro (2019) La dimensión simbólica de la máscara zapatista, *Revista de Cultura de Paz*, Vol. 3, pp. xx-19.

---

Flor Gómez Cortecero. Doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga. Ha colaborado en diversos proyectos I+D, con la imagen fija, la fotografía y la documentación como principales líneas. Con experiencia profesional en radio, televisión y gabinete de prensa institucional.

Francisco-Javier Ruiz-San-Miguel. Licenciado en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad del País Vasco. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad del País Vasco. Profesor Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

Mónica Hinojosa-Becerra. Licenciada y doctora en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Málaga. Docente en la Universidad de Málaga y Universidad de las Américas (Quito). Coordinadora de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Loja, Ecuador (2016) y Decana de la Facultad de Educación, el Arte y la Comunicación (2017).

Isidro Marín-Gutiérrez. Licenciado en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad de Granada. Doctor en Antropología Social por la Universidad de Granada. Docente-Investigador de la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Miembro del Consejo Técnico de la revista científica de comunicación y educación «Comunicar». Miembro del Grupo de Investigación E6 y del CIM (Universidad de Huelva).