



LA IMAGEN DE GUSTAVO ROJAS PINILLA EN LA PROPAGANDA POLÍTICA DURANTE LA DICTADURA MILITAR, COLOMBIA 1953-1957¹

THE IMAGE OF GUSTAVO ROJAS PINILLA IN POLITICAL PROPAGANDA DURING THE MILITARY DICTATORSHIP, COLOMBIA 1953-1957

Ana Lucía García-Villamarín*

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Colombia

Recibido: 31 de mayo de 2016–Aceptado: 1° de noviembre de 2016–Publicado en línea: 24 de junio de 2017


Forma de citar este artículo en APA:

García-Villamarín, A. L. (julio-diciembre, 2017). La imagen de Gustavo Rojas Pinilla en la propaganda política durante la dictadura militar, Colombia 1953-1957. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 8(2), pp. 311-333. DOI: <http://dx.doi.org/10.21501/22161201.2023>

Resumen

Objetivo: analizar el uso que tuvo la imagen de Gustavo Rojas Pinilla como propaganda de su régimen durante el periodo que duró su dictadura: 13 de junio de 1953 a 10 de mayo de 1957. **Método:** cualitativo desde la estrategia documental (archivo, prensa y publicaciones oficiales). Se seleccionaron imágenes de Gustavo Rojas Pinilla, que hubiesen sido producidas o divulgadas en el periodo estudiado, las cuales fueron descritas, analizadas e interpretadas. **Resultados:** desde el inicio de la dictadura, Gustavo Rojas Pinilla utilizó su imagen como propaganda del régimen para crear un consenso popular por medio de alusiones de paz y progreso, constituyendo una iconografía populista que empleó intencionalmente referencias a Simón Bolívar y Cristo. La estrategia fue encaminada desde la Oficina de Información y Propaganda del Estado (ODIPE) en Colombia, y apoyada de cierta manera por la Hamilton Wright Organization en el ámbito internacional. **Conclusiones:** si bien la circulación de su imagen se dio de manera impuesta, su uso como propaganda política en la dictadura funcionó acertadamente en ese momento, pues fue diseñada para impactar a varios sectores de la sociedad que en su mayoría eran analfabetas. © Revista Colombiana de Ciencias Sociales.

¹ Artículo derivado de la investigación: *La imagen de Gustavo Rojas Pinilla como mecanismo de poder 1953-1957*, código SGI1447, realizada entre febrero y noviembre de 2014, financiada por la Dirección de Investigaciones de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC).

* Licenciada en Artes Plásticas. Estudiante de la Maestría en Historia en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, investigadora del grupo Asociación Centro de Estudios Regionales, REGIÓN. Correo electrónico: analucia.garcia@uptc.edu.co  <http://orcid.org/0000-0002-6338-9450>

Palabras clave:

Imagen; Iconografía; Propaganda; Comunicación política; Dictadura.

Abstract

Objective: to analyze the use given to the image of Gustavo Rojas Pinilla for the regime's propaganda during the time of his dictatorship: June 13th 1953 to May 10th 1957. **Methodology:** qualitative from a documentary strategy (archives, press and official publications). Images from Gustavo Rojas Pinilla, that were produced or published in the studied period were selected, same that were then described, analyzed and interpreted. **Results:** from the beginning of the dictatorship, Gustavo Rojas Pinilla used his image as propaganda for the political régime to create popular consensus through references to peace and progress, which lead to a populist iconography that purposefully used images of Simón Bolívar and Jesus Christ. The strategy was applied by the Office for the State's Information and Propaganda (Oficina de Información y Propaganda del Estado (ODIPE) in Colombia and, in a way, internationally supported by the Hamilton Wright Organization. **Conclusions:** even if the publication of his image was done by force, its use as political propaganda in the dictatorship worked out for the moment, as it was designed to impact on several sectors of society who were mostly illiterate. © Revista Colombiana de Ciencias Sociales.

Keywords:

Image; Iconography; Propaganda; Political communication; Dictatorship.

INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente artículo es analizar cómo fue usada la imagen de Gustavo Rojas Pinilla durante su dictadura (13 de junio de 1953 – 10 de mayo de 1957), ya que durante este periodo fue extensa la circulación de imágenes relacionadas con él y sus políticas; por un lado, su imagen pretendía ser usada como un instrumento de legitimación de su mandato, y por otro se convirtió en la confirmación de sus aspiraciones populistas.

La investigación tomó como referente imágenes de Gustavo Rojas Pinilla, que hubiesen sido producidas o divulgadas en el periodo estudiado, seleccionando aquellas que mostraban o constituían intrínsecamente alguna propaganda de su imagen, las cuales fueron clasificadas en fotografías y carteles. Se maneja el concepto de propaganda, y específicamente el de propaganda política, pues se asume que esta divulga ideas que buscan ser adoptadas y replicadas por el público a quien se dirige (Vargas Cano, 2015, pp. 88-89).

Para el análisis de los carteles se tuvo en cuenta el planteamiento de Roland Barthes (2001) sobre la lectura de las piezas publicitarias, que argumenta que contienen tres mensajes diferentes, superpuestos unos con otros, que se dan a leer simultáneamente y son equivalentes; el primero es *literal* o *denotado*: es la imagen bruta descrita simplemente, detallando lo que se ve y no lo que se sugiere; el segundo mensaje es *asociado* o *connotado*: está compuesto de todos los sentidos secundarios asociados al primer mensaje, que no copian la cosa que ha de significar, sino que la sugieren; el tercer mensaje es el *declarado* o *referencial*, que es la marca o el producto publicitado (Barthes, 2001, pp. 99-100). Para hacer el estudio de los carteles se realizaron fichas, cuyo contenido hacía referencia a esos tres niveles: descripción del mensaje denotado, análisis del mensaje connotado e interpretación del mensaje referencial.

Así mismo, las fotografías de prensa fueron tratadas según los postulados del mismo autor sobre el mensaje fotográfico: por una parte se llevó a cabo desde el principio una discriminación del mensaje, de la estructura textual (titular, pie o artículo) que siempre acompaña a las fotografías de prensa y de la estructura fotográfica (Barthes, 1986, p. 12); en este sentido el primer mensaje de la fotografía, el denotativo, “se presenta como un análogo mecánico de lo real (...) la fotografía sería la única estructura de la información que estaría exclusivamente constituida y colmada por un mensaje ‘denotado’, que la llenaría por completo” (Barthes, 1986, p. 14), y por otra parte, la connotación sería “la imposición de un segundo sentido al mensaje fotográfico propiamente dicho, se elabora a lo largo de los diferentes niveles de producción de la fotografía (elección, tratamiento técnico, encuadre, compaginación): consiste, en definitiva, en la codificación del análogo foto-

gráfico” (Barthes, 1986, p. 16). Igualmente, para determinar los diferentes mensajes, se realizaron fichas que contenían análisis del contenido textual y análisis de la fotografía basado en el mensaje denotativo y connotativo.

De otra parte, el objetivo de la investigación no solo se basó en utilizar las imágenes como fuentes, sino que también se convirtieron en el objeto de investigación, lo que permitió indagar documentos del *Archivo General de la Nación* (AGN), relacionados con la propaganda y los mecanismos de divulgación de la imagen.

El texto está ordenado en cinco secciones; la primera trata sobre la llegada de Rojas Pinilla al poder, para contextualizar por qué fue él y no otro el indicado para dirigir al país en ese preciso momento, y cómo desde antes de que el golpe de estado sucediera ya se venía haciendo una propaganda a favor de su imagen ‘pacificadora’; en la segunda sección se presenta el papel que tuvo la *Oficina de Información y Propaganda del Estado* (ODIPE) en la popularización de su imagen, a tal punto que Rojas Pinilla se convirtió en una imagen omnipresente que permeó diversas actividades oficiales y cotidianas de la población colombiana; la tercera sección examina cómo se configuró una iconografía en torno a la imagen de Rojas Pinilla como héroe pacificador, y cómo se valió de símbolos nacionales, católicos e históricos para construir esta imagen; la cuarta es una aproximación a un análisis comparado de una pieza publicitaria de Juan Domingo Perón con una de Gustavo Rojas Pinilla; y la quinta parte trata cómo fue manejada la imagen de Rojas Pinilla en el exterior, especialmente en los Estados Unidos, y cómo para lograr esto, el régimen de Rojas Pinilla contrató a una agencia de publicidad encargada, entre otras cosas, de manejar relaciones públicas, la *Hamilton Wright Organization, Inc.* (HWO). Todas estas medidas conllevaron a que la popularización de su imagen fuera exitosa y a que se configurara en torno de su propia persona un corpus de imágenes con las que se le identificaba en su rol de pacificador.

La llegada de Gustavo Rojas Pinilla al poder

El régimen militar de Gustavo Rojas Pinilla (13 de junio de 1953 – 10 de mayo de 1957) se instauró tras un alzamiento militar el 13 de junio de 1953. El alzamiento fue “el resultado de un acuerdo entre las fuerzas políticas decisorias de aquellos días, con miras a buscarle una salida a la violencia sectaria implementada desde el poder, a punto de transformarse en guerra civil” (López de la Roche, 1966, p. 84). La elección de un militar para dirigir al país después del gran periodo de violencia que había atravesado, se dio por el desprestigio de los partidos tradicionales, el liberal y el conservador, que fueron incapaces de pacificar el país y fueron los impulsores visibles de la violencia política que lo azotaba. En ese sentido, los militares, cara a la opinión pública, mantenían todavía un prestigio que no poseían otras fuerzas del orden, como por ejemplo, la policía, la cual se encontraba desacreditada principalmente por estar politizada y amparar aparatos paraestata-

les de represión como “los pájaros”² y la “policía chulavita”³, y estatales como “el detectivismo”⁴. Entonces, se creía que las Fuerzas Armadas mantenían una posición neutral frente a las disputas partidistas, y que en cabeza de su máximo líder, eran las destinadas para dirigir y pacificar el país.

Otra razón por la cual Gustavo Rojas Pinilla llegó al poder, fue la pugna al interior del conservatismo, entre *laureanistas*⁵ y *ospinistas*⁶, lo que conllevó a un ambiente propicio para dar un golpe de estado militar, donde los visibles perdedores fueron los laureanistas; en palabras de Lucio Pabón Núñez⁷: “el golpe de estado del 13 de junio no se produjo como consecuencia de la pesadilla de violencia y de la guerra civil que desangraba a Colombia, sino por el rompimiento entre Laureano Gómez y Ospina Pérez” (Galvis y Donadío, 1988, p. 254).

Los detractores de Laureano Gómez que apoyaron la toma del poder, vieron en Gustavo Rojas Pinilla rasgos de su personalidad que resultaban propicios para personificar la idea de militar-pacificador, al representar una figura fuerte buscaban neutralizar la arbitrariedad del laureanismo, de esta manera, los *alzatistas* –seguidores de Gilberto Álzate Avendaño, político conservador colombiano– buscaron resaltar características de Rojas como “defensor de la constitución y las leyes” basándose en su actuación “heroica” del 9 de abril del 48 en Cali (Ramírez, 2003, p. 134).

Justamente el episodio que sirvió para impulsar la carrera militar y también la “carrera política” de Rojas Pinilla fue la actuación que tuvo en Cali el 9 de abril de 1948, facilitando desde entonces la construcción de su imagen como “militar pacificador”. Galvis y Donadío (1988) exponen que Gustavo Rojas Pinilla, siendo comandante de la tercera brigada, ese día “previno” los desmanes influenciados por El Bogotazo al ordenar la detención masiva y el traslado a Pasto de más de mil personas adeptas al partido liberal; lo que conllevó a apaciguar rápidamente la ciudad; gracias a esta acción, Rojas Pinilla ganó, además de una medalla, la amistad y simpatía del Presidente conservador Mariano Ospina Pérez, el cual decretó favorablemente su ascenso a General en 1949.

Esa acción ‘procera’ a su vez sirvió para que diversos sectores, como la prensa, proclamaran y difundieran antes del 13 de junio de 1953 la imagen de Rojas como militar-pacificador:

El regreso de Rojas al país después de haber desempeñado el cargo de Subjefe del Estado Mayor de la Junta Interamericana de Defensa en los Estados Unidos, coincide con la aparición en la lucha política colombiana del *Diario de Colombia*. El periódico cubrió la llegada de Rojas destacando los elementos mesiánicos que a la postre constituirían el manejo de su imagen; “la presencia de Rojas Pinilla en los actuales momentos de la vida colombiana, –escribía

² Los pájaros fue un grupo armado ilegal de afinidad política conservadora, amparados por políticos de la región, cuya actuación se centró en el departamento del Valle del Cauca, en la década de 1940; uno de sus principales líderes fue León María Lozano, a quien apodaban “El Cóndor” por ser el “rey de los pájaros” (Betancourt Echeverry, 1990).

³ La policía chulavita o los chulavitas era un grupo armado al margen de la ley y de afinidad política conservadora, su actuación se centró en el departamento de Boyacá desde la década de 1930.

⁴ El detectivismo era el nombre corriente que se daba a la Oficina Nacional de Seguridad o Departamento Nacional de Seguridad, la policía secreta dependiente del Ministerio de Gobierno.

⁵ Seguidores de Laureano Gómez, presidente conservador, quien se posesionó el 7 de agosto de 1950 y por complicaciones de salud cedió el poder a Roberto Urdaneta en noviembre de 1951; cuando Laureano Gómez intenta retomar sus funciones el 13 de junio de 1953, es derrocado por Gustavo Rojas Pinilla.

⁶ Seguidores de Mariano Ospina Pérez, Presidente conservador (7 de agosto 1946–7 de agosto de 1950).

⁷ Político conservador, Ministro de Guerra en el gobierno de Laureano Gómez, Ministro de Educación Nacional y posteriormente Ministro de Gobierno en el gobierno de Gustavo Rojas Pinilla.

un editorialista- tiene un hondo significado y constituye un acierto el llamamiento que se le ha hecho por parte del gobierno para colaborar a la cabeza de las Fuerzas Armadas en la empresa vital de la pacificación del país” (Ayala Diago, 1990-1991, p. 207).

Pero esto se dio en su mayoría al inicio del régimen, tiempo en el que la prensa nacional, exceptuando el diario *El Siglo*, cuyo dueño era el recién derrocado Laureano Gómez, difundió ampliamente la satisfacción tras el cambio de gobierno; la mayoría de las primeras imágenes que circularon en los periódicos mostraron las manifestaciones y los desfiles que se llevan a cabo como muestra de respaldo y adhesión al gobierno del teniente general Rojas Pinilla:

La prensa era apenas una voz más –sonora y festiva– del coro nacional. Liberales, conservadores –con excepción de la depuesta ala laureanista– iglesia católica, militares, campesinos, industriales, comerciantes, asociaciones sindicales y hasta guerrilleros bendijeron con *Te Deums*, desfiles, himnos y manifestaciones populares, la toma del poder por parte del Teniente General Gustavo Rojas Pinilla (Galvis y Donadío, 1988, p. 262).

Aprovechando el respaldo social que en ese momento tenía, desde el inicio de su régimen impulsó la creación de un tercer movimiento político denominado *La tercera Fuerza*, en oposición a los dos partidos políticos tradicionales –el conservador y el liberal–. *La Tercera Fuerza*, según sus aspiraciones, sería la unión entre el pueblo y las Fuerzas Armadas y él quiso encarnar todo esto en su propia figura:

Rojas encuentra en las Fuerzas Armadas la única institución capaz para los años 50 de pacificar el país, reconciliar las clases dominantes y sustituir los partidos políticos... Si al principio de su gobierno había considerado la presencia de las Fuerzas Armadas en el poder transitoria, ahora refugiado en ellas las presenta ante el pueblo como la salvación. Para el General, el ejército contribuía a que los colombianos reemplazaran la pertenencia a los partidos, por el culto a los símbolos nacionales representados en él (Ayala Diago, 1990-1991, p. 223).

Rojas Pinilla, el omnipresente

Con el fin de divulgar su imagen, el teniente general Rojas Pinilla usó convenientemente la antigua ODIPE creada en el gobierno de Laureano Gómez, por el entonces presidente encargado Roberto Urdaneta Arbeláez. Cabe resaltar que a Laureano Gómez siempre se le ha acusado de ser el portavoz de las ideas ‘imperiales’ del franquismo mediante su periódico *El Siglo* (Hernández, 2000, p. 224), y también se ha insinuado que “había una alianza tácita entre el Partido Nacional Socialista y el Partido Conservador, o por lo menos, la fracción orientada por Laureano Gómez” (“Colombia Nazi,” 1986, párr. 16), de donde se puede sospechar que la creación de la ODIPE estuvo inspirada por *El Ministerio del Reich para la Ilustración Pública y Propaganda* (RMVP). En todo caso, “la ODIPE dependía de la presidencia de la República y su fin era el control efectivo de la prensa y la radio, además de la difusión de las noticias oficiales y la propaganda de las actividades y programas del gobierno” (Galvis y Donadío, 1988, p. 265). Sin duda, la existencia de esta *Oficina*

le permitió a Rojas Pinilla el manejo de su imagen oficial, ya que en su mandato se le “adicionó la organización de una red de propaganda destinada a resaltar las obras públicas y la imagen del presidente” (Ramírez, 2003, p. 134).

Fue así como la ODIPE contrató “por cuenta del erario público, la elaboración de millares de carteles, fotografías, pancartas, afiches, almanaques y vidrios de propaganda en los cines”⁸, además, bajo el ‘cuidado’ de la *Dirección de Información y Propaganda del Estado* (DINAPE) se publicaron los libros *6 meses de gobierno* (1953) y *Un país que trabaja* (1954).

Igualmente, desde la ODIPE fueron enviadas fotografías de Gustavo Rojas Pinilla a todo el país, para ser expuestas en lugares públicos: “desde los ministerios, los juzgados, las alcaldías, las escuelas públicas, hasta las inspecciones de policía y estaciones ferroviarias de las más ignotas veredas del país” (Galvis y Donadío, 1988, p. 266); es decir, en todos los lugares en donde el Estado tuviera alguna influencia, allí debía estar presente la imagen del Teniente General:

No era extraño para los funcionarios públicos, sin importar su categoría, recibir comunicaciones de la ODIPE, como la siguiente dirigida a la alcaldía de Bogotá: “Me permito remitir a usted 15 fotografías del Excelentísimo Señor Presidente de la República, con el objeto de que se fijen en las principales oficinas de la Alcaldía Mayor.” (...) Los retratos medían 62 por 50 centímetros, en ellos aparecía Rojas con la banda presidencial y habían sido escogidos por el propio señor Presidente. (Galvis y Donadío, 1988, p. 266).

En ese tipo de retratos, además de portar la banda presidencial, también solía aparecer con el uniforme de gala militar (Figuras 1 y 2). El presentarse vestido como militar tiene como objetivo recalcar su origen; recordar a la población que él es un presidente militar, y que su imagen condensa la unión entre el pueblo y las fuerzas armadas, él es la *tercera fuerza*, que traerá la paz y el progreso; justamente, “en el siglo XX el gran líder ha sido representado a menudo de uniforme (el equivalente moderno de la armadura)” (Burke, 2001, p. 92). Rojas se convertiría en el propio símbolo de su mandato, él es la única simbología, “fue un imperativo del gobierno militar fabricar a toda prisa la imagen del nuevo mandatario (...) esta debería sintetizar la nacionalidad colombiana” (Ayala Diago, 2009, p. 79). Entonces, él como símbolo va a encerrar, a condensar la bandera, el escudo, el mapa de Colombia; en este sentido, el Teniente General no suprime los símbolos, sino que se vale de ellos para sintetizar su imagen; “necesitaba, además, volcar toda la atención de los ciudadanos sobre un solo objetivo: el presidente; de tal manera que las imágenes de las otras insignias nacionales pasaran a un segundo plano” (Ayala Diago, 2009, p. 79).

⁸ Las salas de cine fueron obligadas a proyectar un vidrio con la “efigie del Excelentísimo Señor Presidente” apenas se apagaran las luces del teatro y antes de que se encendieran nuevamente (Galvis y Donadío, 1988, p. 266).



Figura 1. Se lee en el pie de foto "Teniente General Gustavo Rojas Pinilla. Presidente de la República". Tomada del libro *Un país que trabaja*, por DINAPE, 1954, p. 1. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia. Copyright Dirección de Información y Propaganda del Estado.



Figura 2. Tomada del libro *6 meses de gobierno*, por DINAPE, 1953, p. 1. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia. Copyright Dirección de Información y Propaganda del Estado.

Así, las imágenes del Teniente General Rojas Pinilla distribuidas por el territorio nacional fueron usadas como certificado de actos importantes que se llevaban a cabo en su gobierno o, inclusive, en la cotidianidad de los colombianos, sin importar la técnica en que fueran presentadas; “tanto en la pintura como en la fotografía, el General era representado como un ser cargado de un místico hálito de poder” (Acevedo Tarazona y Pinto Malaver, 2015, p. 310). Por ejemplo, en la siguiente imagen, el Teniente General Rojas Pinilla, por medio de un retrato al óleo, ‘acompaña’ a personajes ilustres que asisten a la inauguración de la exposición de un artista español en Cali (ver pie de imagen Figura 3).



Figura 3. Asistentes a una exposición artística en Cali se toman una foto al lado del retrato al óleo del entonces Presidente de la República. Tomada de “Una exposición artística se inaugura en Cali” por P. Meyer, 1954, *El Espectador*, p. 11.

Un aspecto significativo, en la anterior imagen, es que el fotorreportero no escogió publicar una fotografía que mostrara el conjunto de pinturas exhibidas por el pintor español José Bascones, sino que eligió mostrar solo la pintura del Jefe de Estado. Por otra parte, también llama la atención que el artista haya optado por la vestimenta militar y la pose de perfil para el retrato que realizó del Teniente General, lo que nos sitúa en un escenario de popularización de este tipo de imágenes que ya estaban presentes en todo el país. Por eso, retratar al Teniente General vestido de militar y de perfil, como si de un prócer se tratase, no constituía ninguna novedad; por el contrario, era la constatación de que la ODIPE había cumplido muy bien su papel de difusión y popularización de su imagen.

Pero la imagen del Teniente General, no solo ‘acompañó’ a personajes ilustres, sino que sirvió también para dar crédito a los programas de su gobierno que se enfocaban en los campesinos. Él no está en presencia, pero está en imagen, esta es una metáfora de lo que hizo el teniente general Rojas Pinilla; él no tenía que estar en todo presente, pero su imagen sí, como se puede apreciar en las Figuras 4 y 5; en la 4 se observa a Rojas Pinilla como héroe, redentor, pacificador y protector, quien con una clara intención paternalista sirve a manera de “guía” y “guardián” de los campesinos cuando regresan a sus lugares de origen, ya “pacificados” por las Fuerzas Armadas:

Convoyes cargados de personas desplazadas reintegraban poblaciones enteras a sus territorios y aldeas. La efigie del hombre fuerte de Colombia, Teniente General Gustavo Rojas Pinilla, alegraba los vagones en que labriegos y peones buscaban volver a la vida normal, sin el sobresalto permanente y la muerte amenazando sus vidas y la de sus hijos y mujeres (DINAPE, 1953, p. 293).

Del mismo modo, el Teniente General va a ocupar un lugar privilegiado de veneración popular que trasciende el ámbito de lo público y lo institucional, para ‘vigilar’ y ‘proteger’ la vida privada de los humildes campesinos colombianos (Figura 5); esto es, a modo de la imagen de ‘un santo’ se ubicó en un lugar privilegiado de la casa de los campesinos colombianos, casi que compitiendo con la *Virgen de Chiquinquirá* o el *Sagrado Corazón*; símbolos por excelencia de la tradición católica colombiana; se lee en el pie de foto de la Figura 5: “Una familia de campesinos al llegar a su rancho de La Palma, por tanto tiempo solitario, fijan sobre la pared un cartel con la efigie del Señor Teniente General Rojas Pinilla, Presidente de Colombia” (*El Colombiano*, 1953, p. 10). Más allá de lo que puede develar el texto que acompaña la imagen, es evidente que el gesto que hace la señora campesina al ‘saludar a *mi general*’, como si estuviese jurando algo delante de él, nos sitúa en un contexto que confirma la exacerbación que el nacionalismo *rojista* tuvo en ese momento.



Figura 4. Campesinos desplazados viajando a sus lugares de origen. Tomada del libro *6 meses de gobierno*, por DINAPE, 1953, p. 293. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia. Copyright Dirección de Información y Propaganda del Estado.



Figura 5. Campesinos en La Palma, Cundinamarca. Tomada de *El Colombiano*, 1953, p. 10.

Es curioso que la representación que se hace de los campesinos en las anteriores imágenes es conforme al aspecto de los campesinos del altiplano cundiboyacense, no en vano Boyacá, el departamento de origen del Teniente General, constituyó un bastión del régimen de Rojas, al ser un departamento mayoritariamente conservador, donde por ejemplo los homenajes del 13 de junio tuvieron amplia acogida, ya que al ser:

Una fiesta cívica de connotadas características religiosas y con un penetrante olor de reconstrucción y revancha conservadoras. Los festejos tuvieron mayor resonancia y misticidad, por su organización y desarrollo, en los municipios conservadores del país. Boyacá estuvo en la vanguardia de la reconquista cultural (Ayala Diago, 1998, p. 307).

Justamente, esta fiesta cívica nacional sirvió también para impulsar y divulgar desbordadamente su imagen; con este acto, el régimen festejaba la ascensión de las Fuerzas Armadas al poder, y se buscaba la unión social y la instauración del ‘nuevo relato’ de unidad entre el pueblo y el régimen, siendo el pueblo el sostén de esa celebración. Aunque los carteles, fotografías y pinturas de Rojas Pinilla fueron difundidos permanentemente, tuvieron una gran circulación el 13 de junio en medio de las conmemoraciones por la llegada de las fuerzas militares al poder.

Con todo y eso, la ODIPE no solo se encargó de construir y divulgar la imagen del Presidente y del gobierno de las Fuerzas Armadas en el territorio nacional mediante su propia red de propaganda, sino que también lo hizo usando los medios de comunicación masiva de la época: la prensa, la radio y la televisión. La prensa, censurada o no, tuvo que publicar lo que el régimen quería mostrar, pues durante este periodo fueron sancionados y puestos fuera de circulación por días o inclusive meses, varios diarios como *El Siglo*, *El Tiempo*, *El Espectador* y *El Colombiano*. La ODIPE justificaba estas medidas como instrumentos para custodiar la estabilidad y popularidad del gobierno de las Fuerzas Armadas e impedir las críticas y propender la divulgación de la imagen positiva del régimen. El Teniente General Rojas Pinilla mantuvo la censura que había sido impuesta en el gobierno anterior, el de Laureano Gómez, bajo los mismos criterios de su necesidad para “garantizar la imparcialidad política y el control del orden público” (Acuña Rodríguez, 2013, p. 250).

Así como la prensa y la radio fueron medios de comunicación masivos que sirvieron para hacer propaganda al régimen, la televisión –inaugurada por Rojas Pinilla el 13 de junio de 1954, fecha conmemorativa de su primer año de mandato– también sirvió al mismo fin; de esta manera, la imagen televisiva del Teniente General y los programas de su gobierno fueron ampliamente difundidos; la ODIPE contrató para ello un grupo técnico y compró los equipos necesarios “para la organización de un noticiero oficial dirigido a mostrar las actividades del Teniente General” (Galvis y Donadío, 1988, pp. 265-266).

Precisamente, los inicios de la televisión en Colombia estuvieron enmarcados por una fuerte propaganda del régimen de Rojas; no en vano, la primera imagen que los colombianos vieron por televisión fue la del Teniente General Gustavo Rojas Pinilla vestido con su uniforme militar, tal y como se suponía lo reconocía el pueblo colombiano en los carteles y fotografías distribuidas por todo el país, pero esta ‘novedad’ avocaba un cambio en la manera de observar de los espectadores (Crary, 2008), puesto que la televisión constituía en ese momento toda una revolución en la difusión y apropiación de la imagen, he ahí el éxito de esa campaña:

Los colombianos asistieron, con cierto deslumbramiento, a la aparición en sus televisores de la imagen presidencial. Cálculos no del todo precisos señalan que a esa hora estaban encendidos en Bogotá y Manizales mil quinientos televisores. En los almacenes en donde vendían los receptores a \$860, habían instalado aparatos en las vitrinas (Restrepo, 2015, p. 25).

El hecho de que la primera imagen que se transmitiera televisivamente en Colombia, fuera la de Rojas Pinilla, constituía un gran acierto en la propaganda de su régimen, pues era un medio novedoso para la población colombiana de la época: “La inauguración de la televisión se miraba como un hito porque contribuía a la exaltación de la imagen presidencial, que había sido objetivo central de la ODIPE” (Restrepo, 2015, p. 26). Precisamente, su figura cubrió todos los medios: prensa, radio, televisión, cine, los cuales fueron instrumentalizados para imponer su imagen conciliadora a todos los colombianos.

La iconografía del héroe pacificador

Los retratos fotográficos oficiales del Teniente General Rojas Pinilla distribuidos por la ODIPE, fueron utilizados como complemento en otros tipos de publicaciones gráficas como los carteles destinados a llegar a los lugares más remotos de la geografía colombiana; como ejemplo, las Figuras 6, 8 y 10 corresponden a carteles adheridos a la pared de una tienda que funcionó para la época (1953-1957) en Jericó, Boyacá. En estos (Figuras 6, 8 y 10) es evidente el uso del fotomontaje, con la finalidad de construir un relato visual de las ideas que se quisieron difundir desde su gobierno. Lo fundamental de este tipo de imágenes es que son de fácil lectura para la mayoría de la pobla-

ción, que en ese momento era analfabeta; abundando lo gráfico y visual, en contraposición a lo escrito; de tal manera que estaban pensadas y diseñadas –en su apariencia de simplicidad– como imágenes para analfabetos.

Un aspecto significativo del cartel de la Figura 6 es que se convierte en la representación de uno de los lemas más significativos de la dictadura de Rojas Pinilla: “justicia, paz y libertad”. En la imagen podemos leer lo mismo, pero la representación gráfica simboliza de derecha a izquierda: la justicia con su representación de la dama que equilibra la balanza y que se encuentra elevada por encima del pueblo y delante del Capitolio Nacional, sede del Congreso Nacional, lugar donde se hacen y modifican las leyes; en el centro está la paz queriendo ser representada en la imagen de Rojas y en las manos que se saludan sobre el mensaje “13 de junio”, ubicado en la parte inferior de la figura del Teniente General, representando así también la unión entre el pueblo y las Fuerzas Armadas en ese icónico día; y en el lado izquierdo, la libertad representada en los referentes a Simón Bolívar y la independencia: una fotografía del *Monumento a la gloria de Simón Bolívar* ubicado en el histórico sitio del Puente de Boyacá y una frase de Bolívar que señala: “No aspiro a otra gloria que a la consolidación de Colombia”.



Figura 6. Cartel alusivo al lema: justicia, paz y libertad. Tomada por A. L. García Villamarín, 2012, en Jericó, Boyacá.

Justamente, uno de los temas recurrentes en la iconografía de Gustavo Rojas Pinilla como Jefe de Estado fue la asociación de su imagen con la del libertador Simón Bolívar; desde el inicio de su régimen se difundió esta imagen:

Rojas, el Segundo Libertador, fue la imagen que se propuso difundir la Dirección de Información y Propaganda del Estado (ODIPE). Por ejemplo, en las circulares enviadas por Jorge Luis Arango, director de la ODIPE, a los alcaldes municipales de todo el país, decía: “Con el nombre de Bolívar Libertador y padre nuestro, y con la fe en los principios católicos, este gobierno desea (...)” Rojas mismo reforzó la idea a lo largo de su mandato (Galvis y Donadío, 1988, pp. 261-262).

La relación entre Rojas Pinilla y Bolívar se da en el plano del ícono del héroe, así que en la composición gráfica, uno valida al otro (Figura 7). Rojas Pinilla tiene que recurrir a este tipo de referentes para predicar el nacionalismo que acaba de crear. “La patria sobre todo” predica la frase del cartel, y en el resto de la imagen se aprecian con mayor detalle las figuras de una de esas “gentes humildes” que “escuchan las palabras redentoras del Señor Presidente” (ver pie de foto de Figura 7). Considerar a Rojas como un héroe y asimilarlo al Prócer de la Independencia es también equipararlo a su “acción redentora”, y es que “los colombianos le habían otorgado el apelativo de Segundo libertador y Rojas se convenció a sí mismo de su función providencial y de su personificación como reencarnación de Bolívar” (Murgueitio Manrique, 2005, p. 56). Así que en este tipo de imágenes también se confirma la representación de Rojas Pinilla como el prócer, el salvador, el que va a libertar a los más necesitados y a llenarlos de justicia; pero él no solo se vale del ícono de Bolívar para reencarnarse, también lo utiliza como si fuera un santo de devoción, como se puede ver en el ideario recogido por su hija María Eugenia, en el que Rojas Pinilla habla así de Bolívar:

A él vuelvo en estos momentos en que sopla vivificante por todos los ámbitos de la República el viento bueno de la paz, de la justicia y de la libertad, para ratificarle el compromiso que adquirimos las Fuerzas Armadas, de no ser inferiores a nuestra tradición histórica; a él, presente en espíritu en este asiento de la vieja hidalguía castellana, me dirijo, para pedirle que nos siga iluminado con su ejemplo a fin de asegurar las conquistas en el orden de la solidaridad política y no quebrantar jamás esa unión que proclamara como la suprema aspiración de su espíritu; y a él, arquetipo de gobernantes, de legisladores y de soldados, le pido en este día que nos asista con su inspiración patriótica, y cuyo único anhelo es el de trabajar sin desmayos en el servicio de Colombia (Rojas de Moreno, 2000, p. 475).

Ante todo, Bolívar debía constituir un ejemplo para las Fuerzas Armadas, como lo consignó Alberto Lleras Camargo al señalar que *La Tercera Fuerza* tenía como base un manifiesto suscrito por jóvenes conservadores en 1942, bajo el nombre de “Doctrina del Estado Nacional”, y que señalaba en el punto 10: “El ejército es una institución creadora que defiende las fronteras patrias y está obligado a educar al pueblo en las disciplinas del servicio heroico. El Estado y el pueblo tendrán como inspiración y norte el ejemplo de Bolívar” (Agudelo Ramírez y Montoya y Montoya, 1957, p. 77).



Figura 7. Detalle de una visita realizada en Ibagué. Tomada del libro *6 meses de gobierno*, por DINAPE, 1953, p. 223. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia. Copyright Dirección de Información y Propaganda del Estado.

No obstante, Gustavo Rojas Pinilla no solo retomó la imagen de Simón Bolívar para construir la suya, recurrió también a otro símbolo importante para la población colombiana del momento: Cristo. Y es que el manifiesto anteriormente señalado, en el punto 9 especificaba: “La religión católica, apostólica y romana debe influir profundamente en el destino de Colombia. El Estado reconoce y defiende esta verdad y la Iglesia reconoce los fines del Estado” (Agudelo Ramírez y Montoya y Montoya, 1957, p. 77), así que no bastaba con que sus discursos se remontaran a ser alocuciones que contenían un alto lenguaje católico, que pregonaba la caridad y el asistencialismo a los más necesitados, sino que ahora en imagen iba a relatar lo mismo, concentrando todo en su visión de la paz (Figura 8), una paz que se dirige a las creencias religiosas de la mayoría de personas que habitaban el país por aquella época:

Al llegar al poder Rojas entiende perfectamente lo siguiente: 1. La enorme influencia que la Iglesia Católica ejercía sobre el pueblo, determinando su vida espiritual y su conducta; 2. La necesidad de contar con la formación religiosa de las masas como parte de su psicología social a fin de ganar apoyo al régimen; 3. La utilización de la fe y el temor a Dios como medio de pacificación, en contraposición a la lucha de clases (Ayala Diago, 1990-1991, p. 219).

Es así como gráficamente se aglomeran alrededor de Rojas Pinilla imágenes que manifiestan el accionar católico (Figura 8): los jerarcas de la iglesia, la catedral primada de Colombia, Jesucristo crucificado, una mujer campesina juntando sus manos en disposición de orar –que además eleva su mirada al cielo en una actitud muy piadosa–, un monasterio, y una misa campal.



Figura 8. Cartel alusivo a la religión católica. Tomada por A. L. García Villamarín, 2012, en Jericó, Boyacá.

De manera que el Teniente General Rojas Pinilla configura alrededor de sí una serie de íconos religiosos y nacionalistas –basados en Bolívar personificando el nacionalismo, y Cristo como símbolo de la nación católica–, en los cuales escudó su aspiración de pacificar el país, como quedó consignado en la ceremonia de Toma de Juramento de Fidelidad de las Fuerzas Armadas de Colombia, el 12 de junio de 1956, frente al Capitolio Nacional, en la ciudad de Bogotá, en la que el General pronunció estas palabras:

Aquí en lo alto, la imagen sacrosanta del crucificado, y allá en el fondo, la estatua del Libertador, unidas armoniosamente por la bóveda tricolor que forman las banderas de los cuerpos de tropa, constituyen un grandioso e impresionante conjunto, para escuchar el juramento de fidelidad a la patria y oír la promesa de que lucharemos sin desmayo, por la supremacía de la Tercera Fuerza hasta que los colombianos depongan los odios políticos al pie de la bandera nacional (Rojas Pinilla, 1956, p. 263).

Una iconografía con lazos argentinos

Otro elemento clave para entender la iconografía de Rojas Pinilla es su similitud con la que creó el General argentino Juan Domingo Perón, no en vano ambos gobiernos tenían oficinas encargadas de su propaganda, Rojas Pinilla la ODIPE y Perón la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación (SI), justamente:

El primer uso sistemático y a gran escala de la fotografía con fines políticos en Argentina fue realizado bajo la órbita del primer gobierno peronista. A través de su aparato de propaganda se repartían millones de imágenes que ayudaron a forjar la identidad peronista. Para concretar ese objetivo se creó la Subsecretaría de Informaciones de la Presidencia de la Nación (SI). (...) Ese gigantesco aparato de propaganda que constituía la SI era el encargado de difundir la iconografía peronista, dentro de la cual la fotografía ocupó un lugar destacado y construyó una imagen canónica de Perón y de Eva Perón que se extendería de forma omnipresente (Gamarnik, 2010, p. 3).

Desde luego que existieron otros regímenes en América Latina y Europa donde se crearon oficinas u organizaciones encargadas de la publicidad y propaganda, por ejemplo, en Alemania

Hitler estableció un ministerio de ilustración pública y propaganda encabezado por Joseph Goebbels. La meta del ministerio era asegurar que el mensaje nazi fuera comunicado con éxito a través del arte, la música, el teatro, las películas, los libros, la radio, los materiales educativos, y la prensa (United States Holocaust Memorial Museum, 2016, párr. 2).

Y también está el caso mexicano de Plutarco Elías Calle, quien creó la Secretaría de Propaganda y Publicidad, entre otros. Sin embargo, en esta sección solo será motivo de comparación el caso de Perón con el de Rojas Pinilla.

Así pues, mientras que para el caso argentino Eva Perón, esposa de Domingo Perón, fue la figura femenina que preconizaba la asistencia social, la filantropía, la caridad, para el caso colombiano la encargada fue la hija de Gustavo Rojas Pinilla: María Eugenia Rojas. Asimismo, ambos

gobiernos quisieron instaurar fechas para celebrar fiestas cívicas con motivo de conmemorar su poder, Rojas el 13 de junio y Perón el 17 de octubre y también el 1° de mayo –día del trabajador–. Del mismo modo, los dos gobiernos le dieron el voto a la mujer. Otro aspecto a comparar es que ambos personajes se presentan como militares de rostro sonriente, muy al contrario de lo que ocurriría con la figura de Augusto Pinochet, que encarnaba a un dictador no amable.

En los siguientes carteles (Figuras 9 y 10) se pueden señalar algunas similitudes en cuanto a su contenido intrínseco, lo más básico es que en estos se ven personificados los trabajadores, aunque Perón y Rojas Pinilla no fueron los únicos en utilizar esta estrategia:

La figura del trabajador, cuyo origen data del siglo XIX, era hacia la década de 1940 una matriz consolidada en la gráfica política. El peronismo adoptó esta imagen que, en diferentes registros y con las características propias de cada contexto, fue utilizada como símbolo del mundo trabajador de la producción industrial en Europa y en los Estados Unidos en la década de 1930 y por entonces también en la Argentina (Gené, 2005, pp. 84-85).

Cabe resaltar que la imagen del trabajador también ha sido utilizada por grupos de izquierda, para representar algunas reivindicaciones. No obstante, durante la primera fase del gobierno peronista (1946-1948):

El peronismo rindió culto al trabajador, exaltó su importancia en el engranaje social como generador de cambios y reconoció su poder decisivo en la dinámica política (...), estas imágenes circularon ilustrando temas claves de la agenda estatal: la modernización industrial y la justicia social (Báez-Pimiento, 2014, p. 95).

A su vez, el gobierno *rojaspinillista* ‘dignificó’ la labor de los trabajadores, pero esto atendía más a:

Los intereses de los terratenientes y del sector capitalista agrario, el general quería unir al pueblo y empujarlo a recuperar su dignidad, “La dignidad de los hijos de Dios”, como él mismo decía. Había, pues, un aspecto puramente paternalista en su gobierno, manifestado directamente por instituciones como Sendas e Ina, que ayudaban a aliviar la conciencia del general, pero que al mismo tiempo impedían la consolidación de un partido en lucha (Urán, 1983, p. 134).

Es así como con la proclamación de los derechos de los trabajadores (Figura 9) y el fomento y protección de la industria y el comercio para “garantizar un futuro de prosperidad para todos” (Figura 10), ambos generales actúan como un gran patriarca que asiste a los “descamisados” y “menesterosos”.



Figura 9. Propaganda peronista sobre los trabajadores (marzo, 1947). Tomada de "Proclamó el Gral. Perón los derechos del trabajador", 1947, *Revista Judicial*, 15(172).



Figura 10. Cartel referente a los oficios de algunos trabajadores. Tomada por A. L. García Villamarín, 2012, en Jericó, Boyacá.

Cabe resaltar que a diferencia de Rojas Pinilla, no fueron las élites, sino el pueblo quien otorgó el poder a Perón:

En las filas de los oficiales argentinos creció la autoconcepción de una casta militar compuesta por los "elementos más puros de la sociedad" cuyo sueño será materializado por el nacionalismo popular peronista. Por consiguiente, en lugar de las élites, el 17 de octubre de 1945, fue una enorme masa de "descamisados" quien exigió en la histórica Plaza de Mayo la presencia del coronel Juan Domingo Perón en el poder. Los militares argentinos, desde entonces, comprendieron que tenían la capacidad para asumir por sí solos el poder, aplastando a los partidos tradicionales, si contaban con el apoyo popular (Atehortúa Cruz, 2010, p. 46).

Caso distinto le sucedió a Rojas Pinilla, quien recibió el poder de parte de las elites políticas, y cuando quiso emprender abiertamente sus aspiraciones de consolidar un tercer partido alternativo a los dos tradicionales y buscar la participación de los sectores populares en la tercera fuerza, fue orquestado su retiro del gobierno:

Cuando ciertos rasgos peronistas aparecieron en el General con la organización del Movimiento de Acción Nacional –MAN– y la creación de una nueva central sindical, la Confederación Nacional de Trabajadores –CNT–, las mismas facciones civiles que lo llevaron al gobierno le declararon la oposición. En mayo de 1957, por orden patronal, bancos y fábricas cerraron. Los estudiantes se manifestaron en la calle y paralizaron el transporte urbano. Entonces, sin resistencia, Rojas depositó el gobierno en una junta integrada por cinco generales de extracción conservadora que propició el regreso del bipartidismo en medio de constantes dudas y conatos de restauración de Rojas o golpes de cuartel (Atehortúa Cruz, 2010, p. 47).

La imagen norteamericana del gobierno de Rojas Pinilla

Tan esencial fue el uso político de la imagen en el gobierno de Rojas, que se firmó un contrato de publicidad y relaciones públicas a favor de Colombia con la firma estadounidense *Hamilton Wright Organization, Inc. [HWO]*⁹, por valor de US\$300.000.00 (Archivo General de la Nación [AGN], 1959, f. 10), con la intención de hacer que el país fuera mejor conocido y comprendido por la gente en el extranjero, particularmente en los Estados Unidos.

Laureano Gómez fue el primero en acercarse a la empresa de publicidad norteamericana en 1949, observando la necesidad de mostrar una imagen positiva de Colombia y su gobierno en Estados Unidos. Siguiendo esta misma senda, Rojas Pinilla aprovecha dichos contactos con la empresa norteamericana para firmar un nuevo contrato:

El contrato firmado con la empresa norteamericana *Hamilton Wright Organization –HWO–* había sido suscrito en las postrimerías del gobierno de Laureano Gómez, con el argumento de que era necesario cambiar la imagen de la Colombia del 9 de abril de 1948 y el “Bogotazo”, cuya visión condensaba la de un país de bárbaros. Este contrato, en vez de ser descartado por Rojas Pinilla, fue usado por éste como una de las estrategias para manejar la propaganda en el “frente exterior”, principalmente el de la opinión pública de los Estados Unidos y se apoyaba en un plan en el que se debía hacer un cubrimiento en los medios estadounidenses, para lo cual había que producir en prensa, cine y televisión (Benavides Campos, 2012, p. 253).

Los compromisos adquiridos por la *Hamilton Wright Organization* no solo fueron de propaganda política, sino que estaban destinados a posibilitar la inversión extranjera, en áreas económicas estratégicas, como queda consignado en la cláusula primera del contrato:

Condiciones del convenio. EL CONTRATISTA se compromete a darle en los Estados Unidos, Canadá, Centro y Sur América, a los recursos naturales, posibilidades económicas y al desarrollo minero, agrario, ganadero, comercial, cultural y social de Colombia, así como a la estabilidad interna y a todo el progreso logrado por su gobierno, la más amplia publicidad ilustrada, cinematográfica, impresa y televisada, con el fin de atraer más inversionistas y turistas y de crear un ambiente de benevolencia y comprensión hacia Colombia y su Gobierno en aquellos países (AGN, 1957, f. 62r.).

La HWO también se comprometía, según la cláusula undécima, a proveer material fotográfico para ofrecerlo gratuitamente a los principales medios impresos estadounidenses:

EL CONTRATISTA tomará un mínimo de 400 fotografías diferentes en colores, que ofrecerá gratuitamente a los principales periódicos, revistas, suplementos dominicales de los periódicos, editores de textos escolares, etc., sobre un mínimo de 30 temas diferentes. EL CONTRATISTA entregará a la Dirección Nacional de Información y Prensa y para su propio uso 100 negativos de estas fotografías en colores (AGN, 1957, f. 63v.).

Aunque el documento especificaba que las fotografías eran de temática diversa; algunas de estas serían destinadas a la propaganda del gobierno de las Fuerzas Armadas; sin embargo, por la caída del gobierno de Rojas (10 de mayo de 1957), que tuvo lugar al poco tiempo de iniciado el

⁹ La *Hamilton Wright Organization, Inc. (HWO)* fue una agencia de relaciones públicas especializada en la representación de los gobiernos extranjeros mediante la publicación de las atracciones turísticas, comerciales, oportunidades industriales y de inversión.

contrato, este -que iría desde el 1° de enero hasta el 31 de diciembre de 1957- no llegó a un feliz término. Además, en 1959 el gobierno del liberal Alberto Lleras Camargo, su sucesor, decide no pagar el último contado pactado en el contrato (US\$50.000.00), por considerar que “la Compañía no cumplió, dentro del plazo contractual, la totalidad de sus compromisos” (AGN, 1959, f. 12).

Este contrato y las demás colaboraciones que prestó la HWO al gobierno colombiano se daban en un periodo de rechazo a las posturas comunistas; entonces para obtener ayuda del gobierno norteamericano, Rojas debía demostrar que Colombia tenía una amenaza comunista, la cual debía ser vencida, así que la propaganda además debía estar encauzada a:

Parar la violencia y conjurar el peligro del movimiento guerrillero de los Llanos Orientales, así como del movimiento de autodefensa armada comunista de regiones de Cundinamarca cercanas a la capital, surgidos como respuesta a la violencia oficial conservadora y que amenazaban con transformarse en movimientos anticapitalistas o de orientación popular radical (López de la Roche, 1996, p. 84).

Sin duda, el contrato con la HWO representó una suma considerable que aumentó los gastos que ya se tenían en materia de propaganda:

Imposible calcular el gasto que representó la red de propaganda tejida por la ODIPE durante los casi cuatro años de gobierno de Rojas Pinilla. Ni siquiera las denuncias de la prensa, posteriores al 10 de mayo de 1957, lograron establecer el presupuesto que había dispuesto la ODIPE en esos años, si bien las distintas publicaciones coincidieron en que habían sido varios millones de pesos, sin contar el contrato con la Hamilton Wright, firma norteamericana contratada para hacer la propaganda en el exterior (Galvis y Donadío, 1998, p. 269).

Con esto se confirma la importancia que tuvo para el gobierno de Rojas Pinilla la propaganda, en los ámbitos nacional e internacional, tanto así que no escatimó en recursos a la hora de invertir en la divulgación de su imagen.

CONCLUSIONES

Durante la dictadura de Gustavo Rojas Pinilla (13 de junio de 1953–10 de mayo de 1957) se desarrolló una cultura visual; las imágenes del Teniente General sirvieron de instrumento para legitimar su mandato. Como lenguaje fue propicio su uso, pues pudo impactar a diversos sectores de la sociedad dentro de este proceso, él supo aprovechar los medios técnicos que estaban en boga como la fotografía y la televisión para maravillar al público que lo veía a diario, representado con esto también la idea de la modernidad, de la imagen moderna.

En cuanto a las técnicas utilizadas, los retratos estaban destinados a un uso más institucional, y los carteles publicitarios tenían un uso más popular; en todo caso, los dos tipos fueron enfocados a distintos públicos.

Más que la construcción de su imagen, se estructuró un modelo de representación; en este sentido, los propagandistas de Rojas configuraron un corpus de imágenes, teniendo más éxito aquella en la que aparece sonriente vistiendo el uniforme de gala militar, pues fue la que más se difundió. La mayoría de imágenes divulgadas al pueblo lo muestran siempre sonriente, reafirmando como una figura paternal; él es la imagen del padre amigable de la nación, amable, bondadoso, simpático, piadoso, condensando en sí toda la representación del héroe pacificador.

El régimen de Rojas Pinilla tuvo la claridad, desde el inicio de su mandato, del papel fundamental que pueden llegar a tener las imágenes, así que se valió de ellas para 'retratar' y, sobre todo, confirmar lo que ya contenía su discurso, valiéndose además de otros símbolos para reafirmarse en su discurso y en la imagen, como lo hizo al utilizar de referentes a Simón Bolívar y a Cristo.

Aunque el papel que tuvo la ODIPE en la promoción de su imagen fue un éxito en un principio, al finalizar la dictadura no fue significativo, pues para entonces la mayoría de los sectores sociales que lo habían apoyado en un principio, resultaron quemando sus retratos y marchando por el júbilo del desmoronamiento de su mandato, como se vio en las fotografías de prensa posteriores al 10 de mayo de 1957.

AGRADECIMIENTOS

Al Dr. Antonio de Pedro y a la Dra. Olga Yanet Acuña Rodríguez, cuyos comentarios y observaciones al texto permitieron su consolidación; de igual manera, a los revisores anónimos y a la editora Dra. Sonia Natalia Cogollo, quienes con sus indicaciones y sugerencias bibliográficas nutrieron sustancialmente el artículo.

CONFLICTO DE INTERESES

La autora declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

REFERENCIAS

- Acevedo Tarazona, A. y Pinto Malaver, M. L. (enero-junio, 2015). Contienda electoral durante el Frente Nacional (1958-1974). Las caricaturas de Chapete sobre Rojas Pinilla y la ANAPO en Colombia. *HisTOReLo Revista de Historia Regional y Local*, 7(13), 295-343. DOI: <http://dx.doi.org/10.15446/historelo.v7n13.44129>
- Acuña Rodríguez, O. Y. (julio-diciembre 2013). Censura de prensa en Colombia, 1949-1957. *Historia Caribe*, 8(23), 241-267. Recuperado de http://investigaciones.uniatlantico.edu.co/revistas/index.php/Historia_Caribe/article/view/983/646
- Agudelo Ramírez, L. E. y Montoya y Montoya, R. (1957). *Los guerrilleros intelectuales cartas, documentos e informaciones que prohibió la censura*. Medellín: Agumont.
- Archivo General de la Nación [AGN]. (1957). Fondo *Presidencia de la República*, caja 293, carpeta 30.
- Archivo General de la Nación [AGN]. (1959). Fondo *Presidencia de la República*, caja 304, carpeta 25.
- Atehortúa Cruz, A. L. (enero-junio, 2010). El golpe de Rojas y el poder de los militares. *Folios*, (31). 33-48. Recuperado de <http://revistas.pedagogica.edu.co/index.php/RF/article/view/893/921>
- Ayala Diago, C. A. (2009). *Exclusión, discriminación y abuso de poder en El Tiempo del Frente Nacional*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Ayala Diago, C. A. (enero-diciembre, 1990-1991). El discurso de la conciliación. Análisis cuantitativo de las intervenciones de Gustavo Rojas Pinilla entre 1952 y 1959. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, (18-19), 205-242. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/achsc/article/view/35911/36943>
- Ayala Diago, C. A. (enero-diciembre, 1998). Fiesta y golpe de Estado en Colombia. *Anuario Colombiano de Historia Social y de la Cultura*, (25), 274-308. Recuperado de <http://www.revistas.unal.edu.co/index.php/achsc/article/view/16703/17595>
- Báez-Pimiento, A. (enero-junio, 2014). Rojismo y Peronismo: imagería visual del populismo latinoamericano. *Memorias*, 12(21), 91-102. DOI: <http://dx.doi.org/10.16925/me.v12i21.861>

- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso: Imágenes, gestos, voces*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (2001). *La Torre Eiffel: textos sobre la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Benavides Campos, J. E. (2012). *Historia de la televisión en Colombia y su función pública (1953-1958)*. (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá. Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/8152/1/469023.2012.pdf>
- Betancourt Echeverry, D. (1990). Las cuadrillas bandoleras del norte del Valle, en la violencia de los años cincuenta. *Historia Crítica*, (4), 57-68.
- Burke, P. (2001). *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- Colombia Nazi. (29 de septiembre de 1986). *Semana*. Recuperado de <http://www.semana.com/enfoque/articulo/colombia-nazi/8142-3>
- Crary, J. (2008). *Las técnicas del observador. Visión y modernidad en el siglo XX*. Murcia: Cendeac.
- Dirección de Información y Propaganda del Estado (DINAPE). (1953). *6 meses de gobierno*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.
- Dirección de Información y Propaganda del Estado (DINAPE). (1954). *Un país que trabaja*. Bogotá: Imprenta Nacional de Colombia.
- El Colombiano (Editor). (10 de julio de 1953). *El Colombiano* [Fotografía, Robayo], p. 10.
- Galvis, S. y Donadío, A. (1988). *El jefe supremo. Rojas Pinilla, en la violencia y el poder*. Bogotá: Planeta.
- Gamarnik, C. (diciembre, 2010). La fotografía como instrumento político en Argentina: análisis de tres momentos clave. En *VI Jornadas de Sociología de la UNLP "Debates y perspectivas sobre Argentina y América Latina en el marco del Bicentenario. Reflexiones desde las Ciencias Sociales"*, llevado a cabo en la Universidad Nacional de La Plata, La Plata, Argentina. Recuperado de <https://www.aacademica.org/000-027/717.pdf>
- García Villamarín, A. L. (Fotógrafa). (2012). [Foto sin publicar]. Jericó, Boyacá.
- Gené, M. M. (2005). *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica / Universidad San Andrés.

- Hernández, J. Á. (2000). Los leopardos y el fascismo en Colombia. *Historia y Comunicación Social*, (5), 221-227. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2000.n5.20484
- López de la Roche, F. (1996). Aspectos culturales y comunicacionales del populismo rojista en Colombia (1953-1957). *Signo y Pensamiento*, 15(29), 81-94. Recuperado de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/5557/4331>
- Meyer, P. (13 de marzo de 1954). *Una exposición artística se inaugura en Cali* [Fotografía]. *El Espectador*, p. 11.
- Murgueitio Manrique, C. A. (2005). Los gobiernos militares de Marcos Pérez Jiménez y Gustavo Rojas Pinilla: nacionalismo, anticomunismo y sus relaciones con los Estados Unidos (1953-1957). *Historia y Espacio*, 1(25), 39-96. Recuperado de <http://historiayespacio.univalle.edu.co/index.php/historiayespacio/article/view/2779>
- Proclamó el Gral. Perón los derechos del trabajador. (marzo, 1947). *Revista Judicial*, 15(172). Recuperado de <http://bit.ly/2lv0f6g>
- Ramírez, L. (diciembre, 2003). El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión: imagen política, educación popular y divulgación cultural. *Historia Crítica*, (22), 131-156. Recuperado de <https://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/403/1.php>
- Restrepo, J. D. (mayo, 2015). Sesenta años esperando la democracia. *Boletín cultural y bibliográfico*, 49(87), 21-40. Recuperado de http://publicaciones.banrepcultural.org/index.php/bolet%C3%ADn_cultural/article/view/7389/7731
- Rojas de Moreno, M. E. (2000). *Rojas Pinilla, mi Padre*. Bogotá: Panamericana.
- Rojas Pinilla, G. (1956). Discursos del General Rojas Pinilla. *El Libro Total*. Recuperado de <http://www.llibrototal.com/ltotal/?t=1&d=4952,4967,1,1,4952&g=106150>
- United States Holocaust Memorial Museum. (2016). *La propaganda de los nazis*. Recuperado de <https://www.ushmm.org/wlc/es/article.php?ModuleId=10007439>
- Urán, C. H. (1983). *Rojas y la manipulación del poder*. Bogotá: Carlos Valencia.
- Vargas Cano, R. (2015). Propaganda en el posconflicto colombiano. En S. N. Cogollo Ospina (coord.), *Imaginar la paz en Colombia: cavilaciones desde la academia* (pp. 87-108). Medellín: Fundación Universitaria Luis Amigó.