

---

# ARGENTINA DE PIE

## UN ANÁLISIS DEL AFICHE DEL FRENTE DE TODOS

ARGENTINA STANDS TALL  
AN ANALYSIS OF THE POSTER OF FRENTE DE TODOS

RICARDO J. A. ERCOLALO

[ercolalo@protonmail.com](mailto:ercolalo@protonmail.com)

Instituto de Artes del Espectáculo. Facultad de Filosofía y Letras  
Universidad de Buenos Aires. Argentina

---

### Resumen

Este trabajo consiste en el análisis iconográfico de uno de los afiches diseñados por el Frente de Todos: *Argentina de pie*, para la campaña gráfica presidencial argentina que tuvo como candidato al nuevo presidente de la Nación Argentina Alberto Fernández. El análisis considera los elementos compositivos de la pieza gráfica, el mensaje icónico y lingüístico y las posibles relaciones intertextuales.

### Palabras clave

Comunicación visual; campaña gráfica presidencial; Argentina; Frente de Todos

### Abstract

This work proposes an iconographic analysis of one of the posters designed by Frente de Todos: *Argentina de pie*, for the Argentine presidential graphic campaign, whose candidate is the current president of the Argentine Nation Alberto Fernández. This analysis considers the compositional elements of the piece, as well as the iconic and linguistic message, and possible intertextual relationships.

### Keywords

Visual communication; presidential graphic campaign; Argentina; Frente de Todos

Recibido: 13/3/2020 | Aceptado: 9/7/2020



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribucion-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

«Si algo caracterizó al peronismo histórico como movimiento político fue la importancia que le otorgó a los símbolos [...] y, en general, al lenguaje visual.»

Ezequiel Adamovsky (2015)

En el año 2019 se desarrollaba la campaña presidencial argentina y los medios de comunicación daban cuenta del devenir de un país postrado, sumido en la pobreza, endeudado, con cientos de miles de trabajadores/as vulnerados/as, pérdidas masivas de empleos y cierres de fábricas.<sup>1</sup> En mayo se publicó un informe que ubicaba a la Argentina entre los tres peores países del mundo en materia competitiva (La Argentina es uno de los tres, 2019) y otro que indicaba una pérdida de empleos superior al cuarto de millón, solo en el último año (Lukin, 2019). En junio, un informe del Centro de Estudios Económicos y Sociales Scalabrini Ortiz señalaba a la Argentina como el país más endeudado del mundo con el Fondo Monetario Internacional (Argentina, el país..., 2019) mientras se publicaban datos que visibilizaban el cierre de cincuenta pequeñas y medianas empresas por día (Cierran 50 pymes, 2019; Entidades empresarias advierten, 2019). Al mes siguiente, el cierre masivo de fábricas alcanzó a la legendaria Suschen (Tras 43 años, 2019). Mientras tanto, la moneda nacional se devaluaba cada mes, la inflación escalaba de tal manera que la Argentina trepaba posiciones entre los peores países del planeta,<sup>2</sup> inclusive superaba a aquellos que se encontraban en conflicto bélico.

En este contexto, emergió el Frente de Todos, una coalición política mayoritariamente compuesta por el partido Justicialista y el Kirchnerismo,<sup>3</sup> que llevó como candidato presidencial a Alberto Fernández y como vicepresidenta a la dos veces presidenta de la Nación, Cristina Fernández de Kirchner. La adhesión del pueblo argentino al Frente fue de tal magnitud que en las urnas logró triunfar cómodamente con el 48,24 % de los votos y en primera vuelta.

La campaña gráfica del Frente de Todos estuvo a cargo del Estudio Migueleswald, conformado por la dupla de diseñadores gráficos Mariana Migueles y Gustavo Wald. En este caso, vamos a analizar uno de los afiches<sup>4</sup> que circularon durante el período electoral [Figura 1].

En el campo de la comunicación visual es sabido que «toda imagen es polisémica» (Barthes, 1986, p. 35). Sin embargo, no por ello es válida cualquier interpretación (De Santo, 2014) y su análisis depende de los saberes culturales y nacionales presentes en las imágenes (Barthes, 1986) como también de la cultura del interpretante lector/espectador (De Santo, 2014; Frascara, 2007) y del contexto social y político (Frascara, 2007; Guerrini, 2017). En efecto, el interpretante sujeto receptor activo completa el mensaje icónico-verbal connotado del receptor enunciador mediante su edificación cognitiva, es decir, lo que la doctora Marta Zátanyi (2011) define como lo referido a saberes y conocimientos, y, también, mediante su escala axiológica, simbólico-sociocultural e histórica adquirida. De esta manera, la consideración interpretativa será en el orden de lo denotado y de lo connotado, en el entramado del contexto sociocultural y espacio-temporal en el que la pieza gráfica fue concebida e inscripta dentro del sistema de la comunicación visual.

Por lo tanto, podemos dar cuenta de que la imagen del afiche es portadora de una carga significativa que se relaciona con nuestros saberes, con nuestro tiempo y con los valores y las ideas del modelo social y nacional propuesto por el Frente de Todos.



Figura 1. *Argentina de Pie* (2019),  
Estudio Migueleswald

a) La mano del Estado para levantar al pueblo de la postración: se establece una relación dialógica entre el binomio sujetador y sujetado. Estrechar las manos es una forma milenaria de saludo, pero también es una manera de formalizar un acuerdo, una alianza o un pacto. En la actualidad, el apretón de manos puede ser dominante, dominado o cooperativo. El primero es realizado con la palma de la mano hacia abajo, el segundo con la palma hacia arriba y el tercero, como en este caso, con la mano recta. La mano del sujetador pertenece al candidato presidencial del Frente de Todos, Alberto Fernández.<sup>5</sup> Es una mano que en primer lugar establece un lazo de contacto con la gente, con el prójimo, que la estrecha y que permite que vayan hacia ella. Es también el *dar una mano*,<sup>6</sup> es decir, una ayuda, para los/as que están abajo, sea porque hayan caído o hayan sido arrojados/as a esa condición. Es entonces una mano solidaria pero que a su vez posee suficiente fortaleza para levantar. La direccionalidad compositiva de estas manos y su ubicación en un arriba y un abajo enfatiza la perspectiva enunciativa, donde el mensaje icónico dialoga con el mensaje lingüístico-verbal de la frase principal del afiche: *Argentina de pie*.

La ubicación de las manos en la zona céntrica refuerza el punto de atención desde un plano cognitivo y aumenta su pregnancia al haber ubicado por contrastación una figura nítida, en foco, sobre un fondo desenfocado. El plano elegido es un gran primer plano o *de detalle* que, según la definición de los académicos Ricardo Bedoya e Isaac Frías (2003), es el que «magnifica elementos visuales, provenientes de la anatomía humana o de otras procedencias, haciéndolos cubrir un segmento dominante del encuadre, si no su casi totalidad» (p. 36). Al respecto, en una investigación realizada por el doctor y diseñador de comunicación visual Sebastián Guerrini (2017) para la realización del nuevo diseño del escudo nacional argentino,<sup>7</sup> se señalaban los cambios de tamaños que tuvieron las manos a lo largo del tiempo en ese emblema heráldico, donde en los gobiernos militares, por ejemplo, «las manos que representan a los argentinos se mostraban —en general— más pequeñas que en los gobiernos populares» (p. 176). En el caso del afiche, las manos de los/as argentinos/as están en un gran primer plano, es decir, asumen un protagonismo absoluto.

Es interesante señalar también el factor temporal receptivo de visionado que puede adquirir la pieza y que se corresponde con su receptor-espectador. Por un lado, un apretón de manos breve puede demostrar falta de interés o de entusiasmo, cierta inquietud; a su vez, por el contrario, una duración prolongada se asocia a sensaciones positivas, más bien placenteras, de acuerdo y de cooperación. Entonces, al considerar el elemento *tiempo* y que se trata de una pieza gráfica fija y no móvil, será decisión del receptor, mediante su visionado, considerar la duración del apretón de manos. Así, el afiche propone un acuerdo cooperativo entre las partes. Ese acuerdo, como observaremos a continuación, propone que la mano de un Estado Justicialista —presente, solidario, fuerte e inclusivo— será quien se ocupará de los postergados para ponerlos de pie. Se trata de un acuerdo social, de un pacto ciudadano.

b) La mano del Estado y los/as jubilados/as: en el binomio sujetador-sujetado, la mano del sujetado no solo es la del pueblo argentino en su conjunto, también es por metonimia la mano de nuestras personas mayores. Este grupo etario está representado visualmente por una mano madura que logra sujetar la mano del candidato-Estado y otra que también anhela poder alcanzarla. La visibilización del grupo está estrechamente sostenida por la discursividad verbal que en diversos actos y *spots* de campaña Fernández ha manifestado: «Entre los bancos y los jubilados me quedo con los jubilados» (Frente de Todos Comuna 15, 2019, 00:22), «si tenemos que elegir entre los jubilados y los bancos, siempre defenderemos a los jubilados» (Alberto Fernández, 2019, 00:13) y «los jubilados van a tener el lugar que merecen» (Radio La Voz 901, 2019, 00:07).

Así mismo, cabe señalar la relación contextual a la coyuntura nacional que atravesaban numerosos/as jubilados/as, quienes padecieron penurias económicas al punto tal que habían caído por debajo de la línea de pobreza, con casos extremos entre aquellos/as que comían solo una vez al día o debían elegir entre comprar alimentos o medicamentos.<sup>8</sup> De esta manera, el Frente de Todos proponía recuperar la presencia y la participación de los/as jubilados/as en un proyecto nacional de ayuda y de inclusión social.

c) La mano del Estado y las mujeres: como se puede apreciar en la imagen, la mano sujeta que representa al pueblo argentino y también a sus jubilados/as, además representa metonímicamente a las mujeres. La mano en cuestión es de una persona de edad mayor y pertenece al género femenino. Además, y como se ha señalado, hay otra mano que emerge, del mismo género.<sup>9</sup> Los asuntos de género y, más concretamente, del género femenino, han tenido un lugar relevante para la campaña del Frente de Todos. Si bien el tema coyuntural predominante de la época fue en torno a la legalidad o no del aborto, Fernández (en Télam, 2019) no solo había anunciado poner en agenda la cuestión, sino que, además, propuso la creación de «un Ministerio de la Mujer, de la igualdad de género y del respeto a la diversidad» (00:53).

d) La mano del Estado y los/as humildes: la mano sujeta, como también la mano emergente, son manos curtidas, populares, del esfuerzo cotidiano, son manos del trabajo.<sup>10</sup> Quizás de trabajadoras del hogar, de personal de limpieza o de otros sectores populares que habían quedado abandonados a su suerte. Evidentemente no se trata de manos que pertenecen a clases acomodadas o pudientes ni con acceso a una manicura aristocrática. De esta manera, se nos muestra también la mano presente del Estado en estrecha relación con el pueblo de trabajadores/as y con los/as humildes.

e) Relación intertextual con la heráldica justicialista: se propone un interesante y didáctico contenido ideológico que alude al escudo peronista. El motivo de dos manos estrechadas, su orientación oblicua, el protagonismo que adquieren como elemento compositivo dentro de la imagen, la ubicación central de la unión y el tamaño del encuadre.



Si bien son numerosas las investigaciones sobre este escudo,<sup>11</sup> me interesa recuperar dos trabajos. El primero es del doctor e investigador del CONICET Ezequiel Adamovsky (2015) quien, en su artículo, aporta datos significativos sobre la concepción del diseño al afirmar que «fue bocetado hacia fines de 1943, por encargo de Ángel R. Guzmán [...]. El boceto inicial, realizado por Alfredo Pereyra (un dibujante empleado de Guzmán [...]) era apenas una estilización del escudo nacional argentino» (p. 66). El segundo trabajo es de la magíster Marcela Gené (2008), quien coincide en que «fue Ángel Guzmán, un fabricante de trofeos y medallas que había diseñado el escudo alrededor de 1943 [...] para el Ejército» (p. 40). Si bien Gené (2008) afirma que Guzmán le presentó el escudo a Juan D. Perón en 1944<sup>12</sup> y Adamovsky (2015) en 1945,<sup>13</sup> ambos coinciden en que el diseño del escudo ya existía previo al encuentro con Perón. De esta manera, el diseño hacía referencia, por sus elementos compositivos, al escudo nacional mientras que la posición diagonal de las manos entrelazadas «remitía(n) a la solidaridad entre miembros del Ejército» (Gené, 2008, p. 41). Posteriormente, fue el propio Perón quien en sus discursos<sup>14</sup> enfatizó la importancia del sentido diagonal de estas manos, al afirmar que «la mano de arriba sostiene y levanta la mano de abajo» (Adamovsky, 2015, p. 71) y que «los de arriba tienen la obligación de dar la mano a los de abajo para ayudarles» (Adamovsky, 2015, p. 71).

Además, es interesante recuperar la explicación que aparece en uno de los libros de lectura escolar durante el peronismo. En 1954, durante la segunda presidencia de Perón, la editorial Estrada publicó *Cajita de música*, de Nélidea Lea Picollo, un texto para niños de siete años. En la página doce del libro hay un dibujo con la imagen del escudo peronista flanqueado por dos niños que dialogan al respecto. Debajo de esta imagen aparece el título «El distintivo de los valientes» y una caja de texto que se refiere puntualmente a las manos estrechadas y a su direccionalidad diagonal:

—Sobre los colores patrios, dos manos se estrechan y sostienen el gorro de la libertad.  
—¿Por qué no están las dos a la misma altura?  
—Porque una trata de elevar a la otra. Es como si tú cayeras y yo te ofreciera mi mano para levantarte (Picollo, 1945, s. p.).

f) Relación intertextual con el afiche de *La lista de Schindler* [Schinder's List]: es posible también establecer una referencia intertextual con el afiche principal<sup>15</sup> de la película del cineasta Steven Spielberg. Una pieza gráfica diseñada por Tom Martin<sup>16</sup> en 1993, cuyo motivo protagónico es el de dos manos unidas que conlleva una idea de rescate. Una de estas manos emerge desde la parte superior, es fuerte y vigorosa y se extiende para auxiliar y levantar la mano de otra persona, que está por debajo, visiblemente desvalida y sin fuerzas. Además, en ambos diseños coincide el tamaño de plano escogido, un gran primer plano o *de detalle*, y la misma decisión de ubicación centro-espacial de la unión de estas manos en la imagen.

La relación entre la figura y el fondo sigue una intensidad similar por contrastación: en el afiche *Argentina de pie*, el contraste principal se presenta en el binomio antagónico enfoque/desenfoque de la figura y el fondo respectivamente; mientras que, en el caso de *Schindler*, se da por un binomio de claves tonales opuestas de iluminación/oscuridad, donde la figura iluminada destaca con valores altos de un fondo oscuro de valores bajos. Otro aspecto compartido es el lenguaje fotográfico, que por su *verismo* registra un acercamiento distancial con el fenómeno real representado. Por último, comparten un encuadre de formato vertical que en ambos casos acentúa la direccionalidad espacial de un arriba y un abajo.

g) Relación intertextual con *spot* audiovisual de campaña: el *motivo* o la selección anatómica de las manos fue un *leitmotiv* sostenido en la comunicación visual y audiovisual durante la campaña electoral del Frente de Todos. En el *spot* *Argentina de pie* se ve a Alberto Fernández en una serie de imágenes con diversos tamaños de planos donde estrecha su mano con muchas otras que sostiene. El encuadre elegido es siempre para enfatizar la cercanía de Fernández con el pueblo, donde todos son planos cercanos.<sup>17</sup> El más recurrente es precisamente el mismo del afiche *Argentina de pie*, un gran primer plano o *de detalle* de manos que se utiliza 47 veces.<sup>18</sup> Este tamaño de plano es, como ya hemos visto, dotador de un protagonismo semántico-visual, en este caso, de las manos. Además, la mano que más veces estrecha Fernández en el *spot*, al igual que en el afiche, es la derecha,<sup>19</sup> la más habitual en nuestra cultura para saludar, para estrechar, pero que además guarda relación con otra entrada del diccionario del uso cotidiano de *mano derecha*, que significa: 'El más estrecho colaborador' (The Free Dictionary, 2020), es decir, que el candidato presidencial será un colaborador muy cercano a la gente.

En esta misma línea, además, es interesante recuperar otras dos entradas del mismo diccionario donde señala que *tener muchas manos* significa: 'Tener una gran capacidad de trabajo y destreza a pesar de los problemas', y brinda un ejemplo: «ella saldrá adelante porque tiene muchas manos» (The Free Dictionary, 2020). Es decir, se presenta a un candidato que viene a trabajar, que tiene capacidad y que puede hacerse cargo de los problemas, pero, además y por tener *muchas manos*, indicador cuantitativo, podrá salir adelante. En efecto, como verbaliza la voz en *off* del propio candidato en el *spot*, con un indicador anatómico y a la vez cuantitativo: «Con *todas* nuestras *manos*, vamos a poner la Argentina de pie» (Alberto Fernández, 2019, 00:42).

A modo de conclusión, en el presente trabajo pudimos visibilizar, a partir de un análisis icónico-visual sobre un afiche de campaña electoral, una pluralidad de connotaciones vinculantes a la propuesta partidaria de la coalición enunciadora como al propio contexto sociocultural histórico y económico argentino. Además, por sus elementos compositivos, pudimos dar cuenta de intertextos con otras piezas visuales como una heráldica o un póster cinematográfico, y audiovisuales como el *spot* homónimo, eslogan y a la vez *leitmotiv* del Frente: *Argentina de pie*.

## Referencias

Adamovsky, E. (2015). Historia del escudo peronista: sus inflexiones de clase y de «raza» (1945-1955). *Iberoamericana*, 15(59), 65-86. Recuperado de <https://journals.iai.spk-berlin.de/index.php/iberoamericana/article/download/312/1727>

Alberto Fernández. (21 de septiembre de 2019). *Argentina de pie* [Archivo de video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=A2ZD0Q0z7Nw>

Argentina, el país más endeudado con el FMI. (4 de junio de 2019). *Fortuna*. Recuperado de <https://fortuna.perfil.com/2019-06-04-204466-argentina-el-pais-mas-endeudado-con-el-fmi/>

Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Barcelona, España: Paidós Comunicación.

Bátiz, M. (15 de enero de 2020). Argentina terminó 2019 tercera en el ranking de los países con mayor inflación: solo la superaron Venezuela y Zimbabue. *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/2020/01/15/argentina-termino-2019-tercera-en-el-ranking-de-los-paises-con-mayor-inflacion-solo-la-superaron-venezuela-y-zimbabue/>

Bedoya, R. y Frías, I. (2003). *Ojos bien abiertos. El lenguaje de las imágenes en movimiento*. Lima, Perú: Universidad de Lima Fondo de Desarrollo Editorial.

Cierran 50 pymes por día. (4 de junio de 2019). *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/198177-cierran-50-pymes-por-dia>

De Santo, E. (2014). *¿Cómo se expresa lo indecible? Hacia una operatoria teórico-ensayística del arte* (Tesis de doctorado). Recuperado de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/39363>

Entidades empresarias advierten que cierran 50 pymes por día en la Argentina. (4 de junio de 2019). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/2019/06/04/entidades-empresarias-advierten-que-cierran-50-pymes-por-dia-en-la-argentina/>

Ercolalo, R. J. A. (2019). Conversatorio con el DG. Gustavo Wald del Estudio Migueleswald, sobre la campaña gráfica del Frente de Todos (Trabajo de cátedra). Campo intelectual del Doctorado en Comunicación, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Estudio Migueleswald. (2019). *Argentina de pie* [Afiche]. Archivo personal del Estudio (4,1x6,4\_MANOS.jpg). Estudio Migueleswald, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina.



Frascara, J. (2007). *El diseño de comunicación. Edición corregida y extendida de Diseño gráfico y comunicación*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Infinito.

Frente de Todos Comuna 15. (14 de agosto de 2019). *Entre los bancos y los jubilados, me quedo con los jubilados* [Archivo de video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=IVMSQT7idZY>

Gené, M. (2008). *Un mundo feliz. Imágenes de los trabajadores en el primer peronismo 1946-1955*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica, Universidad de San Andrés.

Guerrini, S. (2017). *Los poderes del diseño. La construcción de imágenes y marcas entre culturas, políticas y negocios. Teoría, metodología y práctica*. La Plata, Argentina: Troupe Comunicación.

La Argentina es uno de los tres países menos competitivos del mundo: sólo supera a Venezuela y Mongolia. (29 de mayo de 2019). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/2019/05/29/la-argentina-es-uno-de-los-tres-paises-menos-competitivos-del-mundo-solo-supera-a-venezuela-y-mongolia/>

Lukin, T. (31 de mayo de 2019). La pérdida de empleos toma más velocidad. *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/197268-la-perdida-de-empleos-toma-mas-velocidad>

Martin, T. (1993). La lista de Schindler [Afiche]. Recuperado de [https://pics.filmaffinity.com/La\\_lista\\_de\\_Schindler-473662617-large.jpg](https://pics.filmaffinity.com/La_lista_de_Schindler-473662617-large.jpg)

McClain, T. (18 de diciembre de 2013). Reel Rumbles: «Jurassic Park» vs. «Schindler's List» [Reel Rumbles: Jurassic Park versus La lista de Schindler][Entrada en blog]. Recuperado de <https://www.flickchart.com/blog/reel-rumbles-jurassic-park-vs-schindlers-list/>

Piccollo, N. L. (1945). *Cajita de música*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Estrada.

Radio La Voz 901. (23 de julio de 2019). *#Jubilados no pagarán medicamentos si gana Alberto Fernández* [Archivo de video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=CMOLd02jzJQ>

Télam. (11 de octubre de 2019). *Alberto Fernández anunció un ministerio de la Mujer y defendió a la educación pública* [Archivo de video]. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=wZ9qJDGy1KI>

The Free Dictionary en español. (2020). *Mano* [Definición]. Recuperado de <https://es.thefreedictionary.com/mano>

Todos los detalles del listado de remedios gratis para jubilados. (15 de febrero de 2020). *Página 12*. Recuperado de <https://www.pagina12.com.ar/247735-todos-los-detalles-del-listado-de-remedios-gratis-para-jubil>

Tras 43 años, cerró la fábrica «Mielcita»: más de cien personas se quedaron sin trabajo (12 de julio de 2019). *Infobae*. Recuperado de <https://www.infobae.com/economia/finanzas-y-negocios/2019/07/12/cerro-la-fabrica-de-mielcita-mas-de-cien-trabajadores-quedaron-en-la-calle/>

Zátonyi, M. (2011). *Arte y creación. Los caminos de la estética*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina: Capital Intelectual.

## Notas

1 El presente ensayo forma parte de un trabajo más amplio que desarrollé en el seminario *Campo intelectual* del doctor y profesor emérito Carlos Vallina, a quien agradezco por su entusiasta apoyo, y en el marco del Doctorado en Comunicación en la Facultad de Periodismo y Comunicación Social (FPyCS) de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

2 Logró el tercer puesto, con el 53,8 %, solo por debajo de Venezuela y Zimbabue (Bátiz, 2020).

3 La coalición quedó integrada por el partido Justicialista, sectores peronistas y no peronistas del Kirchnerismo, Frente Renovador, Proyecto Sur, Movimiento Evita, Somos, Movimiento Nacional Alfonsinista y Nuevo Encuentro, entre otros.

4 Agradezco por su solidaridad y por su tiempo al licenciado Matías Belloni, al abogado Santiago Álvarez y al diseñador gráfico Gustavo Wald quienes me ayudaron a encontrar esta pieza gráfica, y a Wald, además, por las imágenes, por el conversatorio y demás materiales gráficos que me brindó.

5 En el conversatorio que mantuvimos con Wald (en Ercolalo, 2019), nos cuenta que la mano es de Fernández: «Hicimos toda una "Serie de manos". Fueron piezas con las manos de Alberto. Son fotos reales que se tomaron en diferentes actos de campaña. Y fueron hechas por varios fotógrafos del equipo» (s. p.).

6 Entre las diversas acepciones atribuidas al uso cotidiano del *dar una mano* o del *tender una mano*, es interesante recuperar algunas entradas puntuales del diccionario *The Free Dictionary* (2020), tales como: 'Amparar o ayudar a una persona'; 'Ofrecérsela para estrechar la suya como saludo o para darle apoyo'; 'Socorrerlo, ofrecerle auxilio'.

7 Recupero el caso del escudo nacional, ya que como se verá más adelante, el afiche *Argentina de pie* guarda una relación intertextual con el escudo peronista, y este a su vez, con el escudo nacional.

8 Según la agencia Télam, durante los años 2015-2019, la inflación de precios de los medicamentos estaba por encima del 400 % (Todos los detalles, 2020).

9 Evidenciado por el esmalte de uñas. Si bien el esmalte no es específico de ningún género, en nuestro país y en nuestra cultura, su utilización es más abundante en casos femeninos que masculinos. En todo caso, en el imaginario cultural en la inmediatez aun pervive esta asociación. En efecto, nos conecta más con el género femenino, o inclusive al trans, que con un género masculino heterosexual.

10 Posteriormente, el Frente de Todos lanzó una serie de afiches cuyo *motivo* o tema central fueron las manos en relación con el trabajo. Entre ellos, se encontraban sectores fuertemente perjudicados en aquel tiempo, como la cultura, la educación, la ciencia, la tecnología y las pequeñas y medianas empresas.

11 El estudio interpretativo más difundido es el del docente de historia Fermín Chávez, sin embargo, durante años existieron controversias y misterios sobre el verdadero origen del diseño y su datación.

12 «[...] en 1944 presentó a Perón en ocasión del terremoto de San Juan» (Gené, 2008, p. 40).

13 En 1945 Guzmán le presentó el boceto a Perón, lo registró con el nombre de *Distintivo de la Pazy* y «se conoció públicamente durante la campaña electoral de febrero de 1946» (Adamovsky, 2015, p. 67).

14 Adamovsky (2015) indica que «se refirió al escudo al menos en tres oportunidades, deteniéndose en todas ellas específicamente en las manos en sentido oblicuo» (p. 71).

15 Como se sabe, es habitual que las películas presenten o puedan presentar más de un afiche por cuestiones de lanzamiento promocional y/o de difusión territorial.

16 Según Travis McClain (2013), Tom Martin afirmó: «La imagen del afiche de la *Lista de Schindler* es una fotografía de stock de *Ibid* que la diseñadora Georgia Young encontró y adaptó» [The poster image for Schindler's List is actually a stock photo from the *Ibid* collection that designer, Georgia Young found and adapted]. Traducción realizada por el autor del artículo.

17 Si tomásemos la escala distancial propuesta por Bedoya y Frías (2003), podemos establecer que el uso de planos en el spot *Argentina de pie* son tres cercanos (plano americano, plano medio y primer plano) y uno, aun más cercano, *de detalle* (gran primer plano).

18 Luego, el primer plano o plano principal, 18 veces; el plano medio, 15; y apenas una vez, el plano americano.

19 Presenta 81 imágenes entre fijas y móviles, donde se establece un vínculo de manos estrechadas entre Fernández y la gente. En 80, lo hace con la mano derecha (o con ambas donde apoya también su otra mano).