



# Fotografía e identidad social: Retrato, foto carné y tarjeta de visita

*David Enrique Finol\**, *Dobriła Djukich de Nery\*\**  
y *José Enrique Finol\*\*\**

## Resumen

En la presente investigación se analiza el retrato fotográfico como una estructura semiótica cuyo objetivo fundamental es la presentación y consagración de la identidad social. Para ello se compara el retrato fotográfico con el retrato pictórico, del cual el primero es heredero. En segundo lugar, se analizan dos formas propias de la retratística conocidas como la foto carné y la *carte de visite*. En tercer lugar, se caracteriza al retrato a partir de cuatro criterios -registro, reconocimiento, presentación y jerarquía- que permiten distinguir al discurso retratístico de otros tipos de discurso fotográfico. Finalmente, el retrato aparece como un trabajo semiótico del individuo y del fotógrafo que busca provocar una lectura particular en el receptor.

**Palabras clave:** Fotografía, discurso, retrato, identidad, semiótica.

## *Photography and social identity: Portrait, photo ID and carte de visite*

## Abstract

In the following investigation we analyze the photographic portrait a semiotic structure the fundamental object of which is the presentation and establishment of social identity. For this purpose we first compare

---

Recibido: Noviembre 2011 • Aceptado: Marzo 2012

\* Universidad Católica “Cecilio Acosta”, Facultad de Ciencias de la Comunicación Social.  
E-mail: divadnolif@hotmail.com.

\*\* Profesora investigadora de LUZ. E-mail: dobrila@intercable.net.ve

\*\*\* Profesor investigador de LUZ. E-mail: joseenriquefinol@gmail.com

the photographic portrait with the pictorial portrait; the first having emerged from the latter. Second, we analyze two known portrait standards: ID photos and the *carte de visite*. Thirdly, we characterize the portrait from four criteria -form of record, recognition, presentation, hierarchy- which enables us to distinguish portrait discourse from other types of photographic discourse. Finally, the portrait appears as a semiotic product of the individual and the photographer, which seeks to provoke a particular interpretation in the viewer.

**Key words:** Photography, discourse, portrait, identity, semiotics.



*Sabemos que un retrato no está allí sólo para representar (remitir a un referente) y significar (construir un sentido, comunicarlo) sino también para expresar la emoción (y provocarla).*  
Paolo Fabbri (1995).

La fotografía de Ernesto “Che” Guevara fue tomada por Alberto Díaz Gutiérrez, más conocido como Alberto Korda, el 5 de marzo de 1960, cuando Guevara tenía 31 años, en un entierro por la víctimas de la explosión de *La Coubre*. Siete años después, el 10 de octubre de 1967, Guevara fue capturado por el ejército boliviano y asesinado por órdenes de la CIA. La foto fue llevada a formato de afiche por Giangiacomo Feltrinelli. El Instituto de Arte de Maryland, Estados Unidos, la denominó “La más famosa fotografía e icono gráfico del mundo en el siglo XX”.

## Introducción

El retrato es una de las formas más universalmente conocidas de la fotografía y, a pesar de que Daguerre comenzó por la fotografía urbana, fue el retrato el que estableció y consolidó a esta nueva forma de captar imágenes de la realidad. El retrato fotográfico, que se inspiró en el retrato pictórico<sup>1</sup>,

1 Para una comparación crítica de la relación entre pintura y fotografía ver el ensayo IV de Sontag (2006), *El heroísmo de la visión*, páginas 123-162. Para un análisis comparativo entre la estética fotográfica y pictórica ver Davey (2000).

tuvo sobre éste la virtud de su *reproductibilidad*, la *inmediatez* de su presentación y una mayor *fidelidad* a “lo real”; si bien es cierto que ello, al mismo tiempo, lo privaba del *carácter único* que entonces caracterizaba la obra de arte, del *prestigio* que se derivaba de la autoría, mayor mientras más grande fuese el prestigio del pintor, y de las riquezas inmensas del *color* y de los *materiales nobles* con los que el cuadro estaba hecho, entre ellos el ornamento, no despreciable, de ricos y elaborados marcos.

En la presente investigación analizaremos el retrato fotográfico en tres de sus formas más conocidas: la foto carné, la tarjeta de visita y el retrato tradicional propiamente dicho. Con ese propósito haremos, en primer lugar, una comparación entre el retrato pictórico y el retrato fotográfico, para lo cual se tomarán como ejemplos los famosos retratos de la Mona Lisa y del Che Guevara. En segundo lugar, aplicaremos cuatro conceptos desarrollados por Finol (2010), que nos permitirán caracterizar el discurso retratístico en el marco del discurso fotográfico en general. Dichos conceptos son registro, reconocimiento, presentación y jerarquía. El primero tiene el propósito de “señalar la apertura/restricción que los actores sociales involucrados otorgan a un tipo de fotografía” (Finol, 2010:62). Así, mientras el retrato es socialmente restrictivo, lo que permite clasificarlo como un tipo de discurso cerrado, la fotografía política corresponde a una apertura, por lo que lo clasificaremos como de registro abierto. El registro puede ser cerrado, semi-cerrado o abierto. Por reconocimiento nos referiremos “a la relación identitaria que los actores involucrados establecen con el particular texto-tipo con el cual, de un modo u otro, se identifican y se reconocen” (Finol, 2010:62). De este modo el reconocimiento puede ser individual, nuclear, grupal, social o semisocial.

El concepto de presentación “se refiere a la actitud y postura corporal” (Finol, 2010:63) y es posible clasificarla en pose, espontaneidad, no pose y mixta. Finalmente, el concepto de jerarquía “se refiere a un principio organizador de las relaciones entre los actores fotografiados, no sólo dentro de un espacio físico (...), sino también expresivo de relaciones de poder, las cuales se fundamentan en componentes etarios, económicos, políticos, religiosos, entre otros” (Finol, 2010:64).

## 1. Del retrato fotográfico al retrato pictórico: de la Mona Lisa al Che Guevara

La retratística pictórica clásica nos ha legado magníficos ejemplos en los que se recogen no sólo habilidades y elaboraciones sublimes hechas por pintores extraordinarios sino también decorados y ambientes que expresan los valores, gustos y creencias de la época en que tales retratos se pintaron, retratos que hoy llenan salas de museos antes los cuales colas interminables se ordenan cada día. Tal vez el ejemplo clásico de esa retratística, famoso universalmente, es *La Gioconda* o *Mona Lisa* pintada por Leonardo da Vinci entre 1503 y 1506.



*La Gioconda*, retrato pintado al óleo con la técnica conocida como *sfumato*, “recurso pictórico que busca la captación ambiental al envolver el espacio en una neblina y abandonar la definición del contorno” (Diccionario de Términos de Arte y Diseño, s/f). El cuadro está hoy ubicado en el Museo del Louvre, protegido por un vidrio a prueba de balas.

Una comparación entre estos famosísimos retratos, *La Gioconda* y el *Che*, arrojaría interesantes resultados en el conocimiento de las características, la evolución y difusión de ese género fotográfico, conocimiento que, además, nos ayudaría a comprender procesos culturales que han marcado a la sociedad industrializada, primero, y a la sociedad de la información, después. Aquí nos limitaremos a señalar que en la *sociedad del espectáculo* (Debord, 2008) el retrato del *Che* supera, en difusión y presencia, en reconocimiento e identificación, a *La Gioconda*, en buena parte por los valores con los que se ha asociado la fotografía –resistencia, inconformismo, idealismo y también por su *accesibilidad* y *contemporaneidad*<sup>2</sup>. En su estudio sobre el retrato del Che, Bruzual afirma:

2 No obstante, en una búsqueda en Google Imágenes utilizando los nombres de “Che Guevara” y “Mona Lisa” el buscador arrojó 4.770.000 resultados para el primero y 5.560.000 para la segunda.

“Se ha dicho muchas veces que esta es la fotografía más reproducida de la historia. Ha sido usada con finalidades extremadamente diversas: *agigantada* como prócer en la Plaza de la Revolución de La Habana, *movilizada* en brazos de manifestantes en todo el mundo, *intervenida* como arte pop, *apropiada* por cualquier tipo de objeto comercial, y hasta *tatuada* en el cuerpo de personajes famosos como el boxeador afroamericano Mike Tyson o el futbolista argentino Diego Armando Maradona” (Bruzual, 2007:11-12).

Pero el retrato del *Che*, más allá de sus características espectaculares y de sus posibles semejanzas, tiene rasgos intrínsecos que lo diferencian de la imagen de la Gioconda. En primer lugar, el retrato del *Che* no está hecho con la técnica del *sfumato* aunque no es menos cierto que la carencia de decorado y la ausencia de otros elementos alrededor de su rostro hacen que la mirada del espectador no se distraiga, que ésta quede capturada, exclusivamente, por el rostro del joven guerrillero. En segundo lugar, la *direccionalidad visual*, que en la iconografía religiosa apunta hacia lo alto, lo que puede interpretarse como *súplica/sumisión* a Dios, o hacia lo bajo, lo que se interpreta como *compasión* hacia los creyentes, en el caso del retrato del *Che* está orientada hacia el horizonte, lo que generalmente, según los códigos icónicos en boga, se interpreta como *compromiso/visión* con/del futuro. Bruzual (2007:13) agrega que en el caso de la fotografía del *Che* “el estar centrada en la figura, con fondo plano y falta de contrastes espaciales y de perspectiva, le confiere a la imagen estatus de valor absoluto, como en los retablos medievales”.

## 2. Verticalidad, fondo y figura

El retrato fotográfico tiene como predecesores principales al retrato pictórico y, más antiguamente, al acuñamiento de monedas. Pero en el retrato pictórico el esfuerzo del artista era no sólo reproducir lo más fielmente posible los rasgos faciales y, en algunos casos, corporales del noble que encargaba su propio retrato, sino que debía también representar el mundo interior, la personalidad, del retratado. Es por ello que muchos nobles rechazaban el trabajo encargado a pesar de que éste reflejase con propiedad sus características fisonómicas. Ellos aspiraban a que se representase su personalidad de manera positiva, aceptable para los patrones morales, políticos y religiosos de la época. Como afirma Binetti en su *Curso Básico de Fotografía*:

El precedente del retrato fotográfico es el retrato pintado. A principios del siglo XVI fue elevado a la perfección por los maestros del Renacimiento. Los retratos eran encargados por los ricos y poderosos, que exigían un impregnado de nobleza, gracia y autoridad y obligaban a los artistas a hacer concesiones a su vanidad. Hasta el siglo XIX, con sus profundas transformaciones sociales, no empezó a remediarse esta falta de libertad creativa, aunque para entonces el retrato fotográfico ya había empezado a sustituir el pictórico (Binetti, s/f: [www.fotorevista.com.ar](http://www.fotorevista.com.ar)).

Pero para otros autores, como Cartier-Bresson, los retratos fotográficos debían reflejar con fidelidad no sólo las características físicas sino también la personalidad del individuo:

Los retratos tomados por un mismo fotógrafo traducen todos una cierta identidad. El fotógrafo está buscando la identidad de su modelo y, al mismo tiempo, tratando de lograr una expresión propia. *El verdadero retrato no pone énfasis ni en lo refinado ni en lo grotesco, sino que intenta reflejar la personalidad* (Cartier-Bresson en Sánchez y Fernández, 2005:189. Subrayados nuestros).

De acuerdo con Burke (2005:30) “el retrato es un género pictórico que (...) está compuesto con arreglo a un sistema de convenciones que cambian muy lentamente a lo largo del tiempo. Las poses y los gestos de los modelos y los accesorios u objetos representados junto a ellos siguen un esquema y a menudo están cargados de un significado simbólico. En este sentido, el retrato es una forma simbólica”. Algunas de las características del retrato pictórico, practicado entre la nobleza, primero, y la burguesía, después, fueron reproducidas, como se verá, en el retrato fotográfico, una técnica que, de paso, hizo posible su democratización.

Sontag (2006:150) afirmaba que “una de las tentativas típicas de los retratistas (...) es la búsqueda de rostros ‘reales’, por lo general escogidos entre los anónimos, los pobres, los socialmente indefensos, los viejos, los dementes, las personas impasibles ante las agresiones de la cámara”. Asimismo, Bruxión, al comparar el retrato pictórico con el fotográfico, señala que el rostro y el *carácter* del individuo “están en la fotografía” (Sánchez y Fernández, 2005:190). Para Fabbri (1995:148) “en el *portrait* el rostro se ofrece a la presencia de otros; la subjetividad del aspecto se manifiesta socialmente y se sujeta a una composición. La mitad del rostro es nuestra y la otra mitad la dan los dioses, pero la totalidad la impone (o la niega) lo social”.

Hoy algunos autores definen el retrato, de manera sencilla, como “la fotografía de un sujeto que abarca desde su rostro hasta la mitad del pecho, hasta aproximadamente un palmo sobre el ombligo” (Parra, s/f: [www.quesabesde.com](http://www.quesabesde.com)); sin embargo, es en el rostro donde el retrato se centra con más fuerza “ya que en él se concentra una parte sustancial de las expresiones corporales” (Parra, s/f: [www.quesabesde.com](http://www.quesabesde.com)). Parra afirma que “siempre que hagamos fotografía de niños hemos de rebajar nuestro punto de vista hasta sus ojos” porque por su tamaño lo ven todo alrededor de un metro por debajo de nuestra propia percepción visual.

Para Belchi, por el contrario, el retrato no está limitado al rostro y mucho menos a una sola persona; sin embargo, cuando habla de los componentes del rostro insiste en que “entre todos ellos, los ojos son lo más importante, no en vano, la regla de oro de la fotografía de retratos es enfocar a éstos” (Belchi, 2008: [www.xatakafoto.com](http://www.xatakafoto.com)).

Para el conocido fotógrafo Juan García-Gálvez (2005: [www.jggweb.com](http://www.jggweb.com)), “Un retrato es una fotografía de una persona, más concretamente del rostro. Pero, generalmente tiene connotaciones más profundas. Por retrato fotográfico se entiende una imagen de alta calidad que además de capturar la semblante física de una persona, plasman el carácter de la persona, generalmente de una manera cautivadora”. A partir de esta conceptualización, García-Gálvez da siete recomendaciones para la toma de retratos:

1. Crear un buen ambiente. El modelo debe encontrarse cómodo y para ello podemos mantener una conversación jocosa, incluso gastar alguna broma. Nuestro objetivo debe ser romper el hielo y que el modelo olvide a la cámara.

2. Utilizar una óptica idónea. Un objetivo interesante para el retrato es el 85-135mm, es decir un teleobjetivo medio. Cuidado con las longitudes focales grandes (angulares), porque distorsionan los rostros si el sujeto se encuentra muy cerca o la cámara está inclinada.

3. No olvidarnos del fondo. El fondo también importa. Procura localizar fondos neutros y, si es posible, desenfócalos. Nuestro objetivo es evitar los fondos confusos que quiten protagonismo al sujeto.

4. Maquillaje. Sombras de ojos, rímel en las pestañas, polvos de base para evitar brillos en la piel y brillo de labios suelen mejorar los retratos femeninos.

5. La luz. La disposición básica de iluminación en estudio implica dos luces: una luz principal (a la izquierda de la cámara a unos 45°) y una luz secundaria menos intensa que suaviza las sombras (a la derecha a unos 45° de la cámara). Un esquema con el que se obtienen resultados más glamourosos que con el esquema anterior (45°/45°) es con un reflector con paraguas sobre la cámara y otro de relleno a la derecha.

6. La altura de la cámara. Generalmente la mejor altura a la que debemos obtener los retratos nos la marcará la altura de los ojos de nuestros protagonistas. Os recomiendo que hagáis una prueba: sacar tres fotos, una con la cámara a nivel de los ojos del sujeto, otra por encima y otra por debajo. Veréis la diferencia.

7. El encuadre. Podemos utilizar los siguientes:

1. Primerísimo plano. Parte del rostro; 2. Primer plano. El rostro ocupa la totalidad de la imagen; 3. Plano medio. Rostro, hombros y pecho, hasta codos; 4. Plano americano. De la rodilla hacia arriba; 5. Plano general. Vista completa del sujeto y parte de su entorno.



En modo alguno es casual que en los albores de la fotografía el retrato ocupe un puesto central. El valor cultural de la imagen tiene su último refugio en el culto al recuerdo de los seres queridos, lejanos o desaparecidos. En las primeras fotografías vibra por vez postrera el aura en la expresión de una cara humana. Y esto es lo que constituye su belleza melancólica e incomparable.

Walter Benjamin

*La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (1936)

Retrato con un encuadre de plano medio de Enrique Fossi<sup>3</sup> tomado en Maracaibo, estado Zulia, Venezuela, en el famoso estudio *Foto Pirela*, c. 1925. Nótese

3 En las notas al pie de las fotografías se ha mencionado el nombre de las personas fotografiadas sólo en aquellos casos autorizado por ellas o por sus familiares.



que aquí, a diferencia de otras fotografías posteriores, la identificación del fotostudio no está hecha con un troquel sino manuscrita con tinta china en el ángulo inferior derecho. Reproducción: David Enrique Finol.

Ahora bien, tradicionalmente, antes de la explosión y masificación creada por la fotografía digital, el retrato era una especialidad de fotógrafos expertos, únicos capaces de manejar las técnicas fotográficas para realizar buenos retratos. Binetti explica dos de las características básicas de la retratística que más han impactado ese particular texto-tipo:

La gran mayoría de los retratistas del siglo XX se han centrado en dos actitudes básicas: La consideración del estudio como el único escenario posible del retrato, y la mistificación y santificación de la luz, a tal punto es así que la mayoría de la producción fotográfica de esta disciplina está realizada en estudios (Binetti, s/f: [www.fotorevista.com.ar](http://www.fotorevista.com.ar)).

Hoy esos límites estrechos se han expandido entre otras razones porque la retratística de encargo ha provocado el desplazamiento desde los límites del estudio hacia las casas u oficinas de quienes pagan por un retrato clásico.

Una de las características formales más comunes en el retrato es la *verticalidad*, un rasgo que ha favorecido ciertos significados en su realización. En efecto, la *verticalidad* favorece una percepción de altura y, de allí, una micro semiótica compuesta por semas como /dignidad/, /superioridad/, /dominio/, etc. El formato horizontal del retrato es poco frecuente. Por su parte García (2007:49) señala como aspectos formales del retrato “un fondo alrededor de una figura, una figura que es normalmente un cuerpo (humano), un cuerpo que tiene cabeza, cara, y *en la cara una mirada*” (Cursivas nuestras). Una *semiótica de la mirada* debe tomar en cuenta lo que ya señalaba Irigaray: “El salto de la **vista** a la **mirada** es un acto simbólico. Toda mirada configura, da nueva figuración” (Vásquez Rodríguez, 1992: 32-33).



“Y en la cara una mirada...” Obsérvense las miradas de estos dos retratos de plano medio, de Blanca Urdaneta Fossi (izquierda) y Cira Elena Fossi (derecha). La de la izquierda, tomada en julio de 1945, en el fotoestudio *Palazzi e Hijo*, muestra una mirada cuyo sentido está marcado por una rigidez y seriedad que se connota por la influencia semántica de la boca cerrada, un peinado conservador y un vestido muy recatado. En el retrato de la derecha, tomado aproximadamente en 1944, la sonrisa, el peinado, que incluye una flor, los aretes y un vestido menos formal marcan un sentido más festivo y alegre. En ambas se nota uno de los rasgos clásicos del retrato: un fondo que no compita demasiado con la figura principal. Reproducción: David Enrique Finol.

### 3. Identidad y reconocimiento social

*Ver nuestra imagen es el principio  
de una relación de identidad.*  
Armando Silva (1998).

*Si deseáis entender a fondo la historia  
de Italia, mirad atentamente los retratos...  
En los rostros de la gente siempre puede  
leerse algo de la historia de su época,  
si se sabe leer en ellos.*  
Giovanni Morelli (1888).

Ciertamente, el discurso retratístico ha sido uno de los más cultivados por la fotografía profesional a lo largo de siglos. Se trata de un género discursivo visual, caracterizado por una rígida pose y un ambiente cerrado, excluyente, que tiene dos rasgos semióticos dominantes. Por un lado, el de identidad, puesto que el retrato no tiene otro propósito que el de reproducir unos rasgos faciales homologables (aunque no homólogos) al de una persona. La expresión de la identidad a través del retrato fue percibida con claridad por el fotógrafo norteamericano Richard Avedon (1923-2004): “Con frecuencia tengo la sensación de que vienen a fotografiarse tal como si acudieran a un médico o un adivino: para descubrir cómo son” (Sontag, 2006:260). Por el otro lado, el retrato, en determinados contextos y situaciones, es un poderoso instrumento semiótico de reconocimiento social, a menudo cultivado como una forma de consagración y prestigio social, aunque en otras ocasiones se utilizaba también para marcar ritos de pasaje relacionados con marcas etarias (cumpleaños, fiesta de los quince años, *Bar Mitzvah*, *Bat Mitzvá*, etc.).



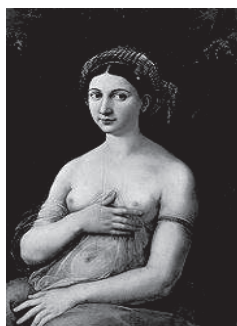
Retrato de Cira Elena Fossi tomado en pose media, con torso de perfil, en el cual se ha utilizado un efecto de difuminado en la parte de abajo, lo que genera un flujo cromático, de sepias<sup>4</sup> claros a intensos, entre el cuadrante superior y el inferior. Fotoestudio Pirella, c. 1945.

De particular interés en el retrato es la *morfología del rostro*, de capital importancia en la organización del retrato pues ella constituye un sig-

- 4 Los tonos sepia, que dan a la imagen un efecto de envejecimiento, también pueden lograrse artificialmente gracias a un procedimiento conocido como “viraje”, el cual consiste en someter un negativo o un positivo a determinadas reacciones químicas: “Virar es actuar sobre la plata metálica o cualquier otra sustancia alterando su composición química, lo que se manifiesta en un cambio de color a través de una reacción química intencionalmente provocada, los virajes se hacen bien para hacer las imágenes más visibles” (Martell, 2009: [www.fotografiamartell.com](http://www.fotografiamartell.com)). El mismo efecto puede lograrse en la fotografía digital. Para Sarah Craham-Brown, “una foto de un suave color sepia emana el aura serena de las ‘cosas pasadas’, mientras que la imagen en blanco y negro puede transmitir una sensación de cruda ‘realidad’” (Burke, 2005:27).

nificante principal en la semiosis retratística. Como ya se ha dicho previamente, en esa morfología los ojos cumplen un papel fundamental pues en sí constituyen un micro complejo semiótico donde se articulan ojos propiamente dichos, cejas, pestañas y párpados. Esa articulación está, a su vez, contextualizada por el resto de los elementos faciales como orejas, nariz y boca, determinantes de sentidos propios, que se agregan y homogeneizan con los ojos. Además, a pesar de la presunta inamovilidad del rostro fotografiado, éste constituye un conjunto dinámico, capaz de articular las más variadas significaciones.

Así mismo, en la morfología del rostro es de especial relevancia la *direccionalidad visual* que puede apuntar hacia el frente, hacia alguno de los lados, hacia abajo (muy poco frecuente) o hacia arriba, como la que se observa en muchas imágenes pictóricas de santos y personajes célebres, de las cuales la fotografía tomó, a menudo, sus modelos, algunos de los cuales pueden observarse en las imágenes siguientes.



R. Sanzio, *Fornarina*, 1519.



H. Memling, *Portrait of a Man*, c.1470.



G. Arcimboldo, *Otoño*, 1573<sup>5</sup>.

Otro elemento relevante en la retratística es el *perfil* del rostro, que ha sido heredado de las representaciones reales en monedas y medallas.

Pero quizás uno de los rasgos semióticos más importantes en el retrato es el de la creación de una identidad personal, que se expresa, primero, en la presentación de unos rasgos físicos que luego, en la narrativa fotográfica

5 Para un análisis de la organización simbólica de los retratos de Arcimboldo ver Fabbri (1975).

que hace quien presenta la fotografía, va acompañada siempre de un nombre, de una relación familiar específica (“este es el primo...”), de unas fechas y de un contexto en el cual la foto se tomó. Se trata de una *personalización* del retratado que es infaltable en este tipo de fotografía. La única retratística que hemos encontrado en la cual esta relación identitaria es obliterada es en aquella que desarrollaron fotógrafos europeos cuando retrataban a los indígenas americanos, un fenómeno que Alvarado Pérez (2001:237) ha estudiado en el caso de los Mapuche, en Argentina:

Una de las dislocaciones más esenciales que presentan estas fotografías es la no individualización de los retratados. El anonimato de su identidad, así como la ausencia de datos históricos que nos permita reconocerlos es la característica fundamental de las imágenes de *mapuche* tomadas por el grupo de los fundadores. De tal modo, una cualidad esencial del retrato fotográfico, es decir, la personalización del retratado no aparece realizada.

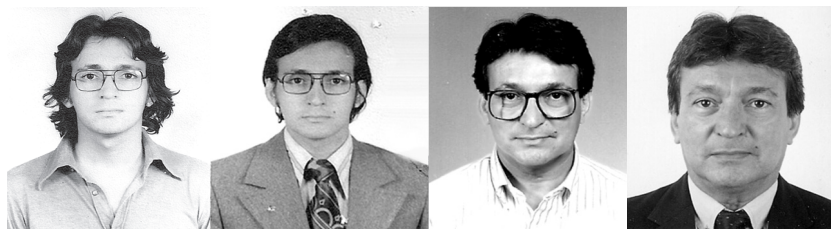
#### 4. La foto carné

Una de las variantes más populares del retrato es la foto-carné que tiene características formales muy rígidas, entre ellas su tamaño (35 mm x 25 mm; para otros la medida es 45 mm x 35 mm), está limitada a un solo personaje, el fondo debe ser monocolor (generalmente blanco o pastel), y el sujeto debe estar totalmente de frente, desprovisto de elementos que puedan alterar la percepción de sus rasgos faciales (pañuelos, sombreros, etc.); la mirada debe ser frontal, expresión neutra (sin risas o muecas) y, finalmente, plano normal, de modo que se eviten distorsiones derivadas de las sombras y los picados y contrapicados.

La foto-carné tiene como rasgo semiótico fundamental, desde su origen en la archivística criminal, la de *identidad*, y por ello sólo toma el rostro, único capaz, a diferencia del resto del cuerpo, de identificar a una persona de manera directamente visual. Se trata de un retrato que a menudo se produce en serie, ya no sólo en el estudio fotográfico sino también en las cabinas automáticas de fotografías de identidad utilizadas por primera vez en Nueva York, en 1924, e inventadas por Anatol Marco Josepho. Tales cabinas son llamadas *photomathon* en Europa y también en algunos países de América Latina, debido al nombre de la compañía que las fabrica.

Para Ciuffoli (2005: 166), “la foto-carné se da como un objeto impertinente: es obscena porque es siempre la marca de una evidencia, *la figura de la desnudez impuesta al rostro*” (2005:5, subrayado nuestro). Para Richard (2000: 166), en la foto-carné “se trata de un sujeto normado por la ley que lo individualiza aislando su identidad, separándola de su contexto de relaciones cotidianas para colocar esa identidad a disposición del control social”.

Se trata de un signo fotográfico que genera particulares códigos de percepción y reconocimiento, en buena parte debido a sus rígidas características formales y a su frecuente uso. Por oposición a la fotografía artística, caracterizada por la explotación de un variado universo connotativo, puede decirse que la foto-carné es puramente denotativa, donde la interpretación está extremadamente limitada por su referencialidad, lo que, en cierto modo, la emparenta con la fotografía científica.



Diferentes fotos-carné del mismo personaje en épocas sucesivas, que cumplen con las características fundamentales propias de este tipo de texto fotográfico: unipersonal, fondo monocolor, mirada frontal, tamaño fijo, expresión neutra y plano normal. De acuerdo con Sontag (2006:104) “mediante las fotografías seguimos del modo más íntimo y perturbador la realidad del envejecimiento de las personas”.

## 5. La tarjeta de visita



*La tarjeta de visita es la fotografía con fin político más común (...) Cualquier político que se respetara había de hacérselas.*  
Malcolm Deas (1996).

En esta categoría de retratos se incluye la utilización del retrato en las llamadas “tarjetas de visita”, mundialmente conocidas como *carte de visite*, un recurso de presentación, identificación y memoria que se utilizó mucho en la segunda mitad del siglo XIX, particularmente entre los más altos dignatarios políticos, empresarios y miembros de la burguesía, pero luego se extendió a casi todas las clases sociales que podían pagar su elaboración e impresión<sup>6</sup>. La tarjeta de visita, cuyo antecedente fueron las llamadas *calling cards*<sup>7</sup> y cuyo consecuente sería la fotografía estereoscópica<sup>8</sup>, fue inventada en Francia por André Adolphe Disdéri en 1854, y su tamaño era de  $2\frac{1}{8} \times 3\frac{1}{2}$  o de  $2\frac{1}{2} \times 4$  y se montaba en una tarjeta de  $2\frac{1}{2} \times 4$ .

Disdéri, gracias a la utilización de cuatro lentes, también inventó la copia múltiple, con ocho copias en un solo papel, lo que abarató enormemente el costo de las tarjetas, cuyo uso se expandió por toda Europa (en

- 6 La tarjeta de visita se hacía con una impresión de albúmina de plata creada en 1850 por Louis Désiré Blanquart-Evrard. En su elaboración se utilizaba albúmina de la clara de huevos para lograr que los elementos químicos se mantuviese juntos y pegasen en el papel donde se imprimía. El método permitió que se imprimiera por primera vez una fotografía a partir de un negativo. En 1860 la tarjeta de visita salvó de la quiebra a muchos fotógrafos, pues ella desató una verdadera moda masiva que permitió obtener pingües ganancias a muchos fotógrafos. “¡En Gran Bretaña, medio millón de huevos eran entregados a un sólo estudio fotográfico!” (Leggat, 1999: [www.rleggat.com](http://www.rleggat.com)). “En Inglaterra, las ventas de *tarjetas de visita* excedían los cientos de millones al año” (The American Museum of Photography, s/f: [www.photographymuseum.com](http://www.photographymuseum.com)).
- 7 Las *calling cards* o tarjetas de visita formaban parte determinante en el ritual de frecuentación de un hogar entre las familias acomodadas: Durante los años 1850 era costumbre que las personas repartieran sus tarjetas durante una visita social. Estas tarjetas eran más pequeñas que las tarjetas de presentación actuales, y con frecuencia consistían en un nombre grabado e impreso sobre un material brillante. Posteriormente, los diseños se tornaron más elaborados. Las familias a menudo proveían canastas o bandejas decorativas para recibir las tarjetas de visita de sus huéspedes (The American Museum of Photography, s/f: [www.photographymuseum.com](http://www.photographymuseum.com)).
- 8 La fotografía estereoscópica es un recurso técnico, basado en dos fotografías, que permite ver en tres dimensiones una fotografía bidimensional. “La habilidad para ver cuerpos en relieve es llamada vista estereoscópica. Ésta se debe a la interacción de ambos ojos. Cada órbita observa al objeto desde una dirección distinta en relación a la otra, obteniendo así una imagen ligeramente distinta. Las diferencias geométricas entre ambas imagen son utilizadas por el cerebro para reproducir la percepción de la profundidad” (Funsci.com, s/f). En Venezuela estuvo de moda en los años 50 y 60 y aún conserva adeptos en todo el mundo (ver <http://www.stereoscopy.com/>).

Inglaterra se vendieron más de cien mil tarjetas de visita de la reina Victoria), y luego en los Estados Unidos, donde fue muy popular durante la Guerra Civil. Allí uno de los fotógrafos que más utilizó este recurso fue Matthew Brady (ver <http://www.mathewbrady.com/>).



Tarjeta de visita del actor John Wilkes Booth (izq.), quien asesinó al presidente Abraham Lincoln el 14 de abril de 1865. En el centro dos ejemplos de tarjetas de visita correspondientes a soldados que participaron en la Guerra Civil de los Estados Unidos. A la derecha foto de una niña desconocida realizada por Louis Walker of Philadelphia, circa 1860. Fotos tomadas de [http://en.wikipedia.org/wiki/Carte\\_de\\_visite](http://en.wikipedia.org/wiki/Carte_de_visite).

Uno de los principales impulsos que recibió la tarjeta de visita como medio de presentación y prestigio vino de una suerte de leyenda urbana, que luego resultó falsa, que involucraba al propio Napoleón Bonaparte. “La tarjeta de visita no tuvo aceptación hasta que un día en mayo de 1959 Napoleón III, en su camino hacia Italia con su ejército, detuvo sus tropas y fue al estudio de Desidéri en París, para que le tomaran su fotografía” (Leggat, 1999: [www.rleggat.com](http://www.rleggat.com)). Según la Enciclopedia Británica (1978:596) “las tarjetas de visita a menudo se intercambiaban durante cumpleaños y días festivos y el álbum de tarjetas de visita se convirtió en una característica particular de los salones victorianos”.

Desde el punto de vista de la escena fotográfica, la tarjeta de visita se limitaba a un número pequeño, rara vez modificado, de elementos intra-contextuales: “Los decorados usados en las *cartes-de-visite* parecían seguir ciertas modas; después de empezar con balaustradas y cortinas cambiaron hacia columnas (¡a veces apoyadas en alfombras!), puentes y escaleras, hamacas, palmeras y bicicletas (Leggat, 1999: [www.rleggat.com](http://www.rleggat.com)).

En América Latina la tarjeta de visita debe ser vista, con frecuencia, como un recurso político que precedió en cierta forma al retrato electoral (ver 1.4.1.). Para Arnal (1998: [www.tau.ac.il](http://www.tau.ac.il)) “consistía en una fotografía



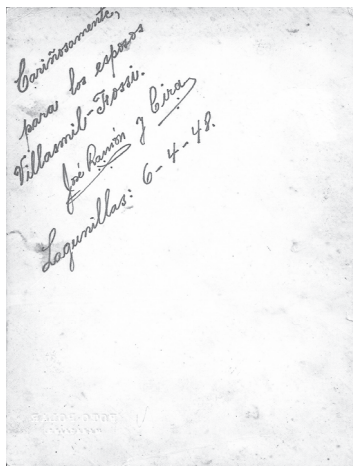
en albúmina montada sobre una cartulina de aproximadamente 10 x 5 centímetros. La finalidad primera era obtener una imagen fácil de transportar y, por tanto, de recordar en cualquier momento al personaje fijado en el papel sensible”. En efecto, como señala Rojas Martínez (1997), los avances tecnológicos en la fotografía del siglo XIX hicieron posible obtener un negativo en una placa de vidrio. Esta técnica, que se conoce con el nombre de colodión húmedo, es el proceso logrado hacia 1851 por Scott Archer, mediante el cual se podían reproducir las fotografías en albúmina de una forma más rápida e ilimitada en papel de tonos sepia.

Aunque la tarjeta de visita tuvo inicialmente un origen familiar, pues se la utilizaba como recuerdo prestigioso de personajes de elevado nivel económico y social, muy pronto desbordó el terreno privado para convertirse en un instrumento político, de divulgación y prestigio en los asuntos públicos. Al referirse al papel de la fotografía en la historia política de México, Arnal (1998: [www.tau.ac.il](http://www.tau.ac.il)) afirma que “la comercialización de retratos de políticos eminentes (Maximiliano I, la emperatriz Carlota, el presidente Benito Juárez, o bien sus ministros) (la tarjeta de visita) utiliza un formato ya familiar y cargado de íntimos significados como medio directo y efectivo de propaganda”.

La proliferación de las técnicas fotográficas y la accesibilidad que ella tiene para las clases medias y altas del México del siglo XIX, facilitará el tránsito de la tarjeta de visita desde el dominio privado y familiar al dominio público y político, con lo que en cierta forma se le da nacimiento al fotoperiodismo político en ese país:

“La fotografía en tarjeta de visita se convierte entonces en el fetiche del discurso político. Como objeto, la tarjeta de visita es depositaria de símbolos múltiples. Por un lado, el objeto mismo, es decir, la posesión física del personaje predilecto del panteón político nacional. En segundo lugar, se torna en el panfleto portátil que permite reconocer y ser reconocido como individuo no profesional de la vida política, pero sí como ciudadano politizado” (Arnal, 1998: [www.tau.ac.il](http://www.tau.ac.il)).

En nuestra investigación se ha conseguido un par de ejemplos que ilustran el fenómeno de tarjeta de visita en Venezuela. Se trata de fotografías utilizadas como regalo y recuerdo, expresión de afecto y amistad, que ilustran aquellas tendencias de personalización e individualismo que, al mismo tiempo, se compartían y coleccionaban en álbumes de familia. Véase el siguiente ejemplo:



Anverso y reverso del retrato de José Ramón González y Cira Fossi de González tomado en Maracaibo, estado Zulia, Venezuela, en el fotoestudio *Foto Polar* c. 1948. La fotografía, de la cual se hicieron varios ejemplares, fue utilizada como obsequio para la pareja Villasmil Fossi, como puede apreciarse en la leyenda que aparece en el reverso. Para cuidar la hermosa caligrafía el autor de la dedicatoria, como se comprueba en el original, marcó líneas con una regla a fin de evitar la distorsión de la escritura. Se cree que la dedicatoria, de fecha 6 de abril de 1948, en Lagunillas, estado Zulia, Venezuela, fue escrita por la propia Cira Fossi de González (1923-2010), maestra de profesión y de conocida habilidad caligráfica. Reproducción: David Enrique Finol.

Otro ejemplo más antiguo incluye la dedicatoria en el anverso de la misma foto, tal como puede verse en el siguiente ejemplo:



Fotografía de Francisco Fossi Velasco en la cual se lee: “Para Moisés i Luisa Adela. Cariñosamente Pancho”. Aunque la fecha es ilegible puede aún verse que el año de la dedicatoria es 1930. Nótese el uso de la “i” latina en lugar de la “y” griega y el uso de un círculo del lado derecho con la fotografía del personaje, lo que permitía dejar espacio para la dedicatoria. Foto cortesía de Roosevelt Fernández.

## 5. El retrato: registro cerrado y dominio de la pose

*La pose es la que fundamenta  
la naturaleza de la foto.*

Roland Barthes (2000)

*La pose idealiza el cuerpo*

Paolo Fabbri (2010)

Como puede deducirse del anterior análisis, el retrato se ubica en una *registro cerrado* pues se articula dentro de fronteras sociales limitadas; en general, su organización y destino es privado. Una de las pocas excepciones a esta regla es quizás el retrato político el cual adquiere otras dimensiones pues éste explota un registro público.

En cuanto a su *reconocimiento*, el retrato es individual y sólo excepcionalmente aparecen más de dos personas, una posibilidad que está totalmente excluida en la foto carné y que a veces se encuentra en la tarjeta de visita. Si aplicamos el concepto de *jerarquía* es posible observar que el retrato es no-jerárquico, lo que lo diferencia, por ejemplo, de la fotografía familiar, donde el padre y la madre ocupan posiciones de rango y poder cuando se les relaciona con los hijos. Lo mismo ocurre con fotos grupales donde existen jerarquías rígidamente establecidas (fuerzas armadas, iglesia, empresas, etc.).

Pero el rasgo semiótico fundamental del retrato, tal como hemos visto, es la *pose*, una estructura semiótica que se sostiene sobre las nociones de inmovilidad y atemporalidad, lo que, en cierto modo, separa al personaje de las dinámicas de la realidad, del movimiento y del tiempo. En el estudio de Mora (2007), el 71% de los 130 encuestados afirma que toma una posición distinta a la normal cuando es fotografiado y el 88% de la muestra atribuye al contexto, protocolar o casual, el origen de la toma de una pose. Hewes (1957) ha desarrollado una tipología de posturas que distingue no menos de mil posiciones estáticas del cuerpo humano (como estar parado, sentado, acostado, arrodillado, etc.) (Nöth, 1990).

La pose es fundamentalmente una elaboración comunicativa, producto de un trabajo semiótico; es una codificación corporal intencional: con ella el sujeto muestra cómo quiere ser leído por los observadores de la fotografía. Vista así, la pose fotográfica se hace parte de una *Semiótica del cuerpo* puesto que, en fin de cuentas, la pose se construye con el cuerpo inserto en la dialéctica fenomenológica entre movimiento y reposo (Merleau-Ponty, 2003).

Como elemento semiótico constitutivo del retrato, vemos también la pose aparecer en forma dominante en la fotografía de moda: en ambas hay una estrategia discursiva construida, totalmente ajena a lo casual y aleatorio, donde intervienen convenciones simbólicas de un fuerte arraigo cultural, constitutivas de una gramática visual que no sólo conoce el personaje fotografiado sino también el fotógrafo y el público lector. Esa tríada configura y comparte códigos de articulación y desciframiento visual que la retratística y las revistas de moda han estandarizado.

## Conclusiones

El análisis nos ha permitido, por un lado, distinguir al retrato fotográfico de su predecesor, el retrato pictórico. Uno y otro han adquirido particularidades propias y si bien hoy el primero ha reducido y opacado al segundo, no es menos cierto que el retrato pictórico conserva sus privilegios de clase y arte. En segundo lugar, hemos caracterizado, relacionado y diferenciado tres modalidades del retrato fotográfico, lo que ha permitido especificar algunas particularidades del discurso retratístico, gracias a la aplicación de los conceptos de registro, reconocimiento, presentación y jerarquía. Finalmente, se ha puesto en evidencia el poderoso trabajo semiótico del discurso fotográfico en la constitución de las dinámicas identidades individuales, grupales y sociales. La experiencia heurística desarrollada en la presente investigación abre nuevas posibilidades de análisis para otros tipos de textos en el marco del complejo discurso fotográfico.

## Referencias bibliográficas

- Alvarado Pérez, Margarita (2001). Pose y montaje en la fotografía mapuche. Retrato fotográfico, representación e identidad. En Alvarado, M., Mege, P. y Báez, Ch. (Ed.), **Mapuches. Fotografías siglo XIX y XX. Construcción y montaje de un imaginario**. Santiago de Chile, Pehuén, disponible en: <http://www.scribd.com/doc/19588793/Mapuches-Fotografias-Siglo-XIX> (Consulta: 2010, abril 19).
- Arnal, Ariel (1998). **Construyendo símbolos - fotografía política en México: 1865-1911**. En **Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe**, Vol. 1 N°. 9, disponible en [http://www.tau.ac.il/eial/IX\\_1/arnal.html](http://www.tau.ac.il/eial/IX_1/arnal.html) (Consulta: 2010, abril 1).
- Barthes, Roland (2000). **Camera lucida**, Londres, Editorial Vintage.

- Belchi, Israel (2008). Retratos, fotografías de algo más que una cara, disponible en: <http://www.xatakafoto.com/trucos-y-consejos/retratos-fotografias-de-algo-mas-que-una-cara> (Consulta: 2010, febrero 10).
- Benjamin, Walter (1973[1936]). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, disponible en: [http://www.jacquesderrida.com.ar/restos/benjamin\\_arte.htm](http://www.jacquesderrida.com.ar/restos/benjamin_arte.htm) (Consulta: 2010, abril 30).
- Binetti, Mario (s/f). Curso básico de fotografía, disponible en: <http://www.foto-revista.com.ar/Tecnica/FotoTaller/C08/index.htm> (Consulta: 2010, febrero 10).
- Bruzual, Alejandro (2007). **El rostro de Prometeo resistente. Cine e iconografía del Che Guevara**, Caracas, Fundación Cinemateca Nacional.
- Burke, Peter (2005). **Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico**, Barcelona, Ediciones Cultura Libre.
- Ciuffoli, Emanuela (2005). A viso nudo: effetti d'istantanea. **Documenti di lavoro**, Nº. 346. Serie F. Urbino, Italia, Centro Internazionale di Semiotica e di Lingüística, Università di Urbino.
- Davey, E. R. (2000). "Soft framing: a comparative aesthetics of painting and photography". **Journal of European Studies**, 30, 133-155.
- Deas, Malcolm (1996). Fotografía y Política. **Revista Credencial Historia** Nº. 75, disponible en: <http://www.banrep.gov.co/blaavirtual/revistas/credencial/marzo1996/marzo3.htm> (Consulta: 2010, abril 1).
- Debord, Guy (2008). **La sociedad del espectáculo**. Valencia, España, Pre-Textos.
- Diccionario de Términos de Arte y Diseño (s/f), disponible en: <http://www.sitographics.com/dicciona/s.html> (Consulta: 2010, mayo 14).
- Fabbri, Paolo (1995). **Tácticas de los signos**, Barcelona, España, Editorial Gedisa.
- Fabbri, Paolo (2010). Thoughts on the Nude Body, disponible en: [http://www.paolofabbri.it/traduzioni/thoughts\\_nude\\_body.html](http://www.paolofabbri.it/traduzioni/thoughts_nude_body.html) (Consulta: 2010, junio 21).
- Finol, David Enrique (2010). **Semiótica del discurso fotográfico: Propuesta de categorías teóricas**. Tesis de Maestría en Comunicación Social. Mención Socio-Semiótica de la Comunicación y la Cultura, Maracaibo, Venezuela, Universidad del Zulia.
- García, José David (2007). Algunas representaciones de indígenas peruanos: Identidades y multiculturalismo en la fotografía de Javier Silva. **Contra-textos**, Revista de la Facultad de Comunicación. Universidad de Lima, Nº. 15, 45-72.
- García-Gálvez, Juan (2005). 7 claves del retrato, disponible en: <http://www.jggweb.com/2005/11/16/7-claves-del-retrato/> (Consulta: 2010, febrero 10).

- Leggat, Robert (1999). Carte de visite, disponible en: <http://www.rleggat.com/photohistory/history/cart-de-.htm> (Consulta: 2010, abril 23).
- Martell, Fotografía (2009). Los virajes, disponible en: <http://www.fotografiamartell.com/teoria/virajes.php> (Consulta: 2010, abril 4).
- Merleau-Ponty, Maurice (2003). **Phénoménologie de la perception**, Paris, Gallimard.
- Mora, Diego Leonardo (2007). **La visión postergada: ¿Semiótica de la pose?**, disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos47/vision-postergada/vision-postergada> (Consulta: 2010, junio 21).
- Nöth, Winfried (1990). **Handbook of Semiotics**, Bloomington, Indiana University Press.
- Parra, Eduardo (s/f). El retrato, la foto más personal, disponible en: <http://www.quesabesde.com/camdig/articulos.asp?articulo=77> (Consulta: 2010, febrero 10).
- Richard, Nelly (2000). Imagen-Recuerdo y Borraduras, en Políticas y estéticas de la memoria, Santiago de Chile, Editorial Cuarto Propio, disponible en: <http://books.google.es/books> (Consulta: 2009, enero 5).
- Rojas Martínez, José (1997). **Las Tarjetas de Visita**, popularización del retrato fotográfico en el México del siglo XIX, disponible en: <http://www.mexicodesconocido.com.mx/notas/5244-Las-Tarjetas-de-Visita,-popularizaci%F3n-del-retrato-fotogr%El-fico-en-el-M%E9xico-del-siglo-XIX> (Consulta: 2010, abril 1).
- Sánchez Vigil, Juan y Fernández Fuentes, Belén (2005). La fotografía como documento de identidad, **Documentación de las Ciencias de la Información**, Vol. 28, 189-195.
- Silva, Armando (1998). **Álbum de familia. La imagen de nosotros mismos**, Santa Fe de Bogotá, Ediciones Norma.
- Sontag, Susan (2006). **Sobre la fotografía**, Buenos Aires, Editorial Alfaguara.
- The American Museum of Photography (s/f). A brief history of the carte de visite, disponible en: <http://www.photographymuseum.com/histsw.htm> (Consulta: 2010, abril 23).
- Vásquez Rodríguez, Fernando (1992). “Más allá del ver está el mirar (Pistas para una semiótica de la mirada)”. **Signo y Pensamiento**, Nro. 20. En: <http://www.dialogica.com.ar/uai/laclaqueta/2003/04/mas-alla-del-ver-esta-elmirar.html#more>.