

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2019-2020

Análisis de las seis primeras carátulas discográficas del
conjunto musical Led Zeppelin

Isabel Castro Guillén

Manuel Ángel Canga Sosa

SEGOVIA, a 7 de julio del 2020

Índice

Capítulo I: Presentación

1. Introducción y justificación del tema.....4
2. Objetivos y procedimiento.....5

Capítulo II: Marco teórico

3. Teoría del Texto.....6
 - 3.1 Teoría de la Gestalt.....7
 - 3.2 Semiótica.....8
 - 3.3 Psicoanálisis.....9
4. La carátula como soporte publicitario.....11
 - 4.1 Las funciones de la carátula.....13

Capítulo III: Análisis de las imágenes

5. Las carátulas elegidas de Led Zeppelin.....15
 - 5.1 Led Zeppelin I.....17
 - 5.2 Led Zeppelin II.....22
 - 5.3 Led Zeppelin III.....27
 - 5.4 Sin título (IV).....31
 - 5.5 Houses of Holy.....35
 - 5.6 Physical Graffiti.....39

Capítulo IV: Conclusiones

6. Conclusiones.....42
7. Bibliografía.....44
8. Anexos.....46

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN

1. Introducción y justificación del tema

El objetivo de este Trabajo de Fin de Grado es analizar las seis primeras carátulas discográficas del grupo musical británico Led Zeppelin, por entender que la carátula se nos presenta como un objeto particular que integra elementos artísticos y publicitarios y permite desarrollar la creatividad gráfica con mayor libertad que otros productos de consumo. Se trata, por tanto, de una investigación que responde a los requisitos fundamentales de un Trabajo de Fin de Grado desarrollado en el área de conocimiento de nuestra titulación y se ocupa de examinar los puntos de conexión entre la imagen gráfica, la expresión artística y el discurso publicitario, teniendo en cuenta, además, que el citado grupo fue uno de los más famosos e influyentes de la historia de la música popular de finales del siglo XX y sus trabajos tuvieron, y siguen teniendo, ventas millonarias, siendo ejemplo de un fenómeno que trasciende de los límites de la industria musical y posee un considerable valor estético.

Se trata de un trabajo académico que permitirá poner en práctica algunas de las ideas aprendidas en diferentes asignaturas del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, en concreto aquellas ocupadas de estudiar procesos creativos, diseño gráfico, fotografía y teoría de la imagen, tratando de conciliar aspectos publicitarios y estéticos, y haciendo hincapié en los procesos de interpretación de la imagen, cuyo conocimiento podrá llevarnos a entender mejor las principales tendencias de la creatividad publicitaria contemporánea, al menos en el contexto del género que nos ocupa.

Una de las razones principales por las que decidimos realizar un trabajo de investigación enfocado en la figura del grupo musical Led Zeppelin es el gusto personal hacia la banda. De ahí que resultara muy motivador tener la oportunidad de realizar un análisis de la imagen que acompaña dicha música.

Por otro lado, dentro del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas nos interesa el estudio de las figuras y su percepción. El proceso cognitivo que realiza nuestro cerebro cuando vemos una imagen, el deseo o rechazo que sentimos hacia lo que vemos; y dentro de una estrategia de marketing, comprender la culminación de estos sentimientos y sensaciones con la adquisición de un determinado producto.

Atendiendo estas dos razones surge la idea de desarrollar un Trabajo de Fin de Grado en el que combinan el gusto y admiración por un grupo musical con los conocimientos adquiridos en estos cuatro años de carrera.

2. Objetivos y procedimiento

Para centrar la cuestión y establecer límites precisos, nos ocuparemos de analizar solamente las carátulas discográficas oficiales publicadas entre los años 1969 y 1975, tomando como referencia las aportaciones de disciplinas como la Teoría de la Gestalt, la Semiótica y el Psicoanálisis, que nos podrían ayudar a entender mejor las diferentes regiones o registros del texto, siguiendo las propuestas formuladas por Jesús González Requena¹.

El texto es un objeto complejo, un espacio de producción que incluye elementos de significación, elementos perceptivos y elementos emocionales, por lo que conviene disponer de un método de trabajo que permita reconocerlos y estudiar sus posibles combinaciones. La aplicación de un procedimiento de trabajo riguroso y coherente nos ayudará, asimismo, a ordenar nuestras ideas y dar cuenta de una serie de producciones implicadas directamente en el ámbito de la creación publicitaria. Intentaremos, con ello, aportar algunas ideas que contribuyan a ampliar nuestro conocimiento sobre el fenómeno de las carátulas publicitarias y las creaciones culturales.

La imagen visual y sonora de Led Zeppelin puede ser considerada un mosaico de estilos y referencias, y nuestro trabajo intentará ajustarse a los siguientes objetivos generales: determinar las influencias estéticas de las carátulas seleccionadas; conocer en líneas generales la historia y las funciones de la carátula discográfica como soporte publicitario; estudiar y aplicar, en la medida de lo posible, las propuestas de la Teoría de la Gestalt, la Semiótica y el Psicoanálisis al conocimiento de la imagen. Y como objetivo específico: realizar un análisis riguroso de las seis primeras carátulas del citado grupo mediante la Teoría del Texto.

¹Jesús González Requena (Madrid, 1955) Autor español de libros como *La metáfora del espejo* (1986), *El espectáculo informativo. O la amenaza de lo real* (1989), *El spot publicitario* (1995), *El análisis cinematográfico. Modelos teóricos, metodologías, ejercicios de análisis* (1995) o *Léolo* (2000).

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

3. Teoría del Texto

La Teoría del Texto planteada por el profesor González Requena insiste en la idea de que la cultura está constituida por diferentes tipos de textos, que pueden ser entendidos como hechos del lenguaje² que contribuyen a dar forma a la conciencia del ser humano³. Los textos son objetos materiales concretos vinculados a la dimensión de la subjetividad y al deseo. Pueden estar constituidos por palabras y por imágenes, o por una combinación de ambas, cuyo sentido puede ser analizado con las herramientas que nos proporcionan la semiótica, la teoría de la Gestalt y el psicoanálisis, que se ocupan, respectivamente, de la significación, de las configuraciones visuales y del deseo. Por ello, según González Requena (2000), podemos definir el texto como el espacio en el que subyace una experiencia sensible, y esta como aquello que evoca un fenómeno interpretable y sobrepasa a una orientación puramente semiótica.

Diferenciamos tres clases de registros dentro de la Teoría del Texto, los cuales tienen una importancia primordial en nuestro estudio: semiótico, imaginario y real. Cuando hablamos de lo semiótico, estamos dentro de un campo en el que existe un texto formado por signos y estructuras: la palabra, lo significativo, el lenguaje y lo genérico. Cuando hablamos de lo singular, el trauma que acompaña el devastador mundo de la violencia y la experiencia, lo que no tiene significado, estamos haciendo referencia al plano de lo real. Mientras que, con lo imaginario, se estudia todo lo que queda fuera de la estructura del signo y las crudezas de lo real, entrando en una atmósfera de enamoramiento y seducción haciendo alusión a la faceta emocional de los textos, además de los objetos de placer y deseo⁴.

Es muy importante explicar un concepto que nos ayudará sobremanera en el análisis de las carátulas: el punto de ignición. González Requena (2000) nos lo explica como “puntos que, en su experiencia de lector, le interesan a la vez que le queman: lugares del texto

²Martín Arias, L. (2012). Lenguaje y conocimiento. *Trama & Fondo. Lectura y teoría del texto*, N° 31, pp. 7-31.

³Lope Salvador, V. (2012). Leyendo al incoherente Jules Lévy. *Revista de Estudios culturales/ A Journal of Cultural Studies*, N° 24, pp. 69-89.

⁴González Requena, J. (1997). La imagen: lo semiótico, lo real, lo imaginario. *Sociocriticism. Vol XII*.

donde el discurso que contiene se descubre hendido”. Con este enunciado podemos entender que en cada soporte existe un sitio en el cual el texto se encuentra configurado, y va de la mano de lo real. Podemos empezar con el estudio de la imagen y distinguir qué sitios tienen una mayor carga emocional cuando hayamos identificado este núcleo. Confirmando el pilar más importante para este análisis, la experiencia estética.

3.1 Teoría de la Gestalt

Esta teoría, también conocida como Teoría de la Buena Forma, estudia las configuraciones visuales, los procesos de percepción de la forma, advirtiendo que, en dicho proceso, las configuraciones globales, el todo, se impone sobre la suma de las partes. Sus fundadores fueron tres pensadores alemanes: Max Wertheimer (Praga, 1880 – Nueva York, 1943), Christian Von Ehrenfels (Viena, 1859 – Lichtenau im Waldviertel 1932) y Wolfgang Köhler (Tallín, 1887 – Enfield New Hampshire, 1967).

Kurt Koffka (Berlín, 1886 – Northampton, 1941) publica su libro *Principios de Psicología de la Forma* en 1936, donde explica que la tarea de esta nueva psicología consiste en estudiar la conducta humana partiendo de la relación entre el yo y el medio ambiente, lo cual implica atender a las fuerzas perceptivas del entorno, a las fuerzas del campo psicofísico.

Resumimos sus ideas principales en cuatro puntos: el estudio de la conducta en su relación causal con el campo psicofísico, el estudio del aprendizaje actuando en la percepción al descubrir los cambios de percepción con la edad, el estudio de la organización de campo conductual del cerebro, y el estudio de las conductas en todas sus formas.

La percepción de las partes individuales es modificada por el efecto de la totalidad. Por eso mismo, en este proceso de percepción se impone el todo por encima de las partes como enunciábamos anteriormente. De esta relación entre el todo y las partes que lo estructuran nace el concepto de forma (*gestalt*). Podemos suponer que existe un juego de relaciones invariantes entre determinados elementos que no son obra del azar.

Resumiendo algunas de sus propuestas, debemos tener en cuenta que el campo visual está sometido al influjo de dos tendencias o fuerzas contrarias que aportan dinamismo a lo que percibimos: las fuerzas de cohesión, que puede ser pensada como una tendencia a la unión

de los elementos que integran la imagen, minimizando las diferencias, y las fuerzas de segregación, como tendencia de separación que exagera las diferencias. La pregnancia sería la fuerza que da cohesión y unidad a todas las formas para que podamos reconocerlas, y está basada en la simplicidad y el principio de economía.

Rudolf Arnheim (1999) recuerda que todos los esquemas estimuladores los percibimos y los vemos de la forma más sencilla posible, es decir, tanto como nos lo permitan las condiciones de percepción, siguiendo los principios de equilibrio, regularidad y simplicidad que están en la base de lo que él denominaba “pensamiento visual”. Sus trabajos son especialmente interesantes para nosotros porque tuvo en cuenta los objetos artísticos y los procesos de interacción entre las formas, las estructuras compositivas y las funciones plásticas de los motivos iconográficos que dan forma a las imágenes.

3.2 Semiótica

En términos generales, la imagen podría ser considerada desde una perspectiva semiótica como un signo icónico, aunque este concepto haya sido cuestionado por teóricos como Umberto Eco por su falta de concreción. Puede admitirse, no obstante, de manera provisional, que la imagen también transmite significados y que, en consecuencia, puede analizarse como un signo, sin que todo en ella pueda ser visto como puro “signo”⁵, que los semiólogos definen como aquello que está en el lugar de otra cosa⁶. Además de ser muchas veces una imagen fotográfica, la carátula discográfica puede analizarse como un objeto de significación sometido a determinados códigos de expresión⁷.

Para Eco, todos los procesos culturales se pueden estudiar como procesos de comunicación, porque debajo de ellos se encuentra un sistema de significación que tiene ambas entidades (signos, códigos) presentes y ausentes. En tanto que un objeto se presenta de forma material a la percepción del destinatario, esta se manifiesta como otra cosa a

⁵Para Eco, la teoría de la producción de signos se sustenta en la tipología de las distintas clases que hay de los mismos. (Eco, U.: *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Editorial Lumen, 1995, pp. 228-229)

⁶“El papel del signo es representar, ocupar el puesto de otra cosa, evocándola a título de sustituto” (Benveniste, É.: *Problemas de lingüística general II*. Madrid: Siglo XXI, 1999, p. 54).

⁷Según la teoría de los códigos de Eco, los definimos como aquellas categorías limitadas que se podrían adaptar a cualquier función de los signos, tanto verbales como no verbales. (Eco, U.: *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Editorial Lumen, 1995, pp. 63-66).

partir de las reglas subyacentes, dando paso a la significación. Un sistema de significación es una construcción semiótica autónoma-abstracta, esto nos da a entender que existe más allá de los individuos.

Podemos decir que lo más importante en la relación de los signos no es lo que representan, sino qué clase de función cumplen en un acto comunicativo. Hay acto semiótico cuando existe una convención semiótica (Eco, 1975), en cada situación o enunciado encontramos dos códigos: uno denotado y otro connotado. Por esto mismo, afirmamos que, si no hay una convención que nos apruebe que el estímulo visual signifique algo, no existe signo.

Así nos acercamos a la afirmación de que la cultura es un sistema de significaciones estructuradas. Definimos el código como “una serie de señales reguladas por leyes combinatorias internas – sistema sintáctico-, en busca de una serie de posibles respuestas de comportamientos por parte del destinatario” (Eco, 1975: pp 63-64).

Comprendemos la cultura como un fenómeno semiótico para dividirla en unidades, las cuales se organizan en estructuras, campos o ejes semánticos. Estos a su vez intervienen en la misma. Es importante que destaquemos que una unidad cultural no puede ser reconocida solamente por un conjunto de interpretantes, sino que la enunciamos dentro de un sistema formado por otras unidades que se oponen a ella o la circunscriben. Se produce un cambio de código cuando no se da por válida esta interacción, y la sometemos a una revisión crítica. Así, encontramos campos semánticos complementarios o contradictorios. Recordamos lo dicho por Eco (1975: p.23): “La semiótica es un dominio no una disciplina, los diferentes estudios semióticos se pueden justificar por el simple hecho de existir”.

3.3 Psicoanálisis

El psicoanálisis es desarrollado por Sigmund Freud (Pribor, 1856 – Hampstead, 1939). Es un discurso de pretensiones científicas desarrollado en el contexto de la medicina (campo de la psiquiatría), cuyo objetivo es doble: a) curar determinadas enfermedades nerviosas originadas en conflictos inconscientes y traumas de naturaleza sexual; b) interpretar procesos culturales complejos a la luz de lo aportado por la clínica y las obras de arte.

Otra base sobre la que se fundamenta el psicoanálisis es *La Interpretación de Los Sueños*, publicada por Freud en 1899. Parte de la idea de que los sueños reflejan las ideas del inconsciente, sin estar limitados por el mundo real. De esta manera, para Freud los sueños contenían cierta simbología que dependían de la personalidad de cada individuo. Pero existían ciertos símbolos que tenían un carácter universal⁸.

El método desarrollado por el psicoanálisis es descriptivo, pues intenta comprender las motivaciones del ser humano mediante la descripción sistemática, y analítica, de sus producciones, actitudes y discursos, fijando la atención en aquellos elementos inconscientes que no se aprecian a simple vista. Se asemeja al método de la semiótica por su manera de descomponer los textos en sus unidades constitutivas y su manera de pensar las relaciones entre los significantes, de los cuales depende la significación oculta de un mensaje. Significación ligada muchas veces a la sexualidad, que condiciona la actitud de muchas personas⁹.

Freud explica que la conciencia es un sistema complejo donde el inconsciente desempeña una tarea decisiva, distinguiendo entre varias instancias psíquicas: el Yo, que representa a los mecanismos de defensa frente a una realidad hostil, el Ello, que representa a la parte más instintiva y pasional del ser humano, y el Superyó, que representa en cierto modo a la interiorización de la ley, un sistema de control que aprende y memoriza las restricciones sociales, sus obligaciones y sus límites, que bloquea y limita la búsqueda de placer. Es el responsable del sentimiento de culpa que surge cuando no se cumplen las normas.

El psicoanálisis nos interesa también porque ha permitido reflexionar acerca de las relaciones entre la experiencia de placer y la experiencia de dolor, y porque nos ha permitido comprender que muchas producciones están condicionadas por la búsqueda de una satisfacción que a veces resulta paradójica. Tan paradójica como la relación entre Eros y Tánatos (*Thanatos*), el deseo y la muerte, pues muchas experiencias confirman que la búsqueda de placer va de la mano del impulso autodestructivo. Esta naturaleza

⁸Por ejemplo, las figuras alargadas representaban el falo masculino, mientras que los objetos cerrados se interpretaban como la vagina femenina. (Freud, *II* 1901: pp. 359-360)

⁹Freud defiende que los niños descubren su sexualidad desde su primera infancia, a partir del momento en el que nacen. Determina que existen las siguientes etapas del desarrollo sexual: etapa oral, etapa sádico-anal, etapa fálica, complejo de Edipo (en el caso de niñas, el complejo de Electra), y la etapa genital. (Freud, *S.: Esquema del Psicoanálisis. Obras completas. XXIII*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 2013: pp 133-209)

funciona de igual forma que el *Eros*¹⁰, pero tienen signos absolutamente opuestos: mientras que el eros está ligado al impulso de vida, el *Tánatos* se asocia al de muerte. Esto quiere decir que una fuerza parecida a la que tiene el deseo sexual, también influye en las personas a tener un deseo de autodestrucción.

El psicoanálisis también se ha ocupado de interrogar el placer visual (placer escópico) que el espectador siente cuando percibe una imagen, destacando el valor erógeno de ciertas formas que el sujeto encuentra en la vida cotidiana, pero también en el arte, el cine y las representaciones gráficas.

4. La carátula como soporte publicitario

Según la Real Academia Española la palabra carátula se define como:

1. F, Máscara para ocultar la cara.
2. F, cara (|| parte anterior de la cabeza).
3. F, cara (|| semblante)
4. F, Cubierta o portada de un libro o de los estuches de discos, casetes, cintas de video, etc.

El filólogo catalán Joan Corominas, en su “Diccionario crítico etimológico de la lengua castellana” (1995), describe carátula como “*máscara*”¹¹. Modificación del español antiguo *carátura*, que proviene del latín *character* ‘signo mágico’ (s. XIV). Se trata de una comparación entre la cubierta del rostro con la de un libro, que con el tiempo se ha utilizado también para definir las portadas de discos, cintas, etcétera.

Las portadas de los discos tal y como las entendemos hoy en día forman parte de una evolución, un cambio en la música y en el diseño gráfico. Este proceso se define dentro del avance en los soportes de la música, desde el fonógrafo¹² hasta los nuevos formatos digitales que tenemos hoy en día.

¹⁰*Eros*: deseo sexual según Freud. Recuperado de: <http://www.clicpsicologos.com/blog/freud-y-el-psicoanalisis/> Consultado el 8 de mayo del 2020

¹¹Procede de ‘cara pintarrajeada como la de brujas y magos’

¹²Dispositivo capaz de registrar y reproducir sonido inventado por Thomas A. Edison en 1877.

Es interesante mencionar que, durante la primera década del siglo XX, los discos de doce pulgadas eran reproducidos a 78 RPM (revoluciones por minuto). Esta velocidad nos indica que cada lado del disco no se podía escuchar más de cinco minutos, por lo que para conseguir una obra completa de una hora o más, hacían falta varios discos. De esta manera se recopilaba la obra final en libros parecidos a los álbumes fotográficos, en sobres de papel estraza en lugar de páginas.

Estos álbumes normalmente estaban encuadernados en cuero, y los sobres tenían un agujero en forma de círculo para que se pudiera leer el nombre del artista y el título del disco. Se trataba de un *packaging*¹³ muy primitivo sin ningún tipo de decoración ni diseño pensado. Los consumidores compraban pidiendo los discos por el nombre del artista y el título de la obra. La aparición de la industria discográfica estaba en sus inicios y era aún pequeña, además de que se estaban viviendo las consecuencias de la Gran Depresión de 1929¹⁴.

El año y el nombre más importante para las portadas de los discos como las entendemos hoy en día son 1940 y *Alex Steinweiss*¹⁵. Con sólo 23 años, este joven diseñador gráfico llegaba para revolucionar la industria de la música. Siendo el padre de las carátulas discográficas, sus influencias están definidas por el cartelismo europeo de vanguardia, el *art déco* y el modernismo. En 1939 Columbia Records contrata a Steinweiss como diseñador, siendo el encargado de llevar las campañas publicitarias. Un año después nace la primera carátula. El disco en cuestión es *Smash Song Hits* de Lorenz Hart y Richard Rodgers, interpretados por la Imperial Orchestra.¹⁶ La media de ventas de este disco aumentó un 800% en pocas semanas. A partir de este momento el resto de las compañías discográficas empezaron a imitar este nuevo fenómeno.

¹³*Packaging*: término todavía no aceptado en la Real Academia Española, que hace referencia al empaque o embalaje de algo. Prima su función comercial y artística.

¹⁴Recuperado en: <https://www.eldefinido.cl/actualidad/plazapublica/6803/este-es-el-origen-de-los-albumes-y-caratulas-de-discos/> Consultado el 10 de mayo del 2020

¹⁵Brooklyn, 1917 – Sarasota, 2011. Diseñador gráfico conocido por inventar las carátulas artísticas de los discos.

¹⁶Recuperado en: <https://www.20minutos.es/noticia/1015672/0/inventor/portadas-discos/steinweiss/> Consultado el 10 de mayo del 2020

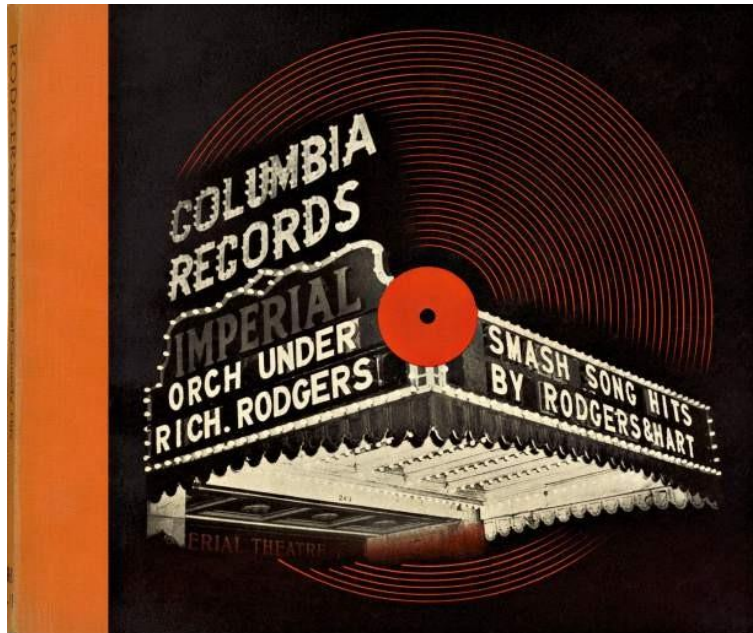


Figura 1. Primera carátula (Alex Steinweiss, 1940)

Tras este hito, recordamos que Steinweiss continuó adelantándose a los de su época, ya que fue el primero en denominar al soporte *long play*¹⁷. Asimismo, creó una cubierta adaptada únicamente al nuevo producto: el vinilo¹⁸. Cabe mencionar que diseñó miles de portadas para todos los estilos musicales, además de dedicarse a la publicidad, y creó su propio alfabeto manuscrito combinando sus tipografías con dibujos de ilustraciones modernas. Nace un nuevo lenguaje gráfico cargado de creatividad.

4.1 Las funciones de la carátula¹⁹

A continuación, vamos a exponer algunas de las funciones que tienen las carátulas de los discos:

- Estética: relacionada con el diseño de la portada. Va de la mano de la imagen decorativa que tiene el artista o el grupo, y quiere transmitir al espectador.

¹⁷*Long play*: LP, larga duración. Vinilos de 33 revoluciones por minuto.

¹⁸El vinilo aparece en el año 1948, sustituyendo a la laca.

¹⁹Basadas en el Trabajo de Fin de Grado: “Análisis de la imagen publicitaria de las carátulas de la Movida madrileña desde la perspectiva de la Teoría del Texto” de la compañera Esther Martín Rodríguez (2015).

- Publicitaria: alude a la promoción del grupo, conectada al propósito de venta. No podemos olvidar que la carátula es un instrumento de comercialización dirigido a un público.
- Simbólica: representa ciertos conceptos de manera explícita o implícita.
- Contextual: define un momento y lugar específicos de la historia vividos por el artista.
- Representativa: confirma las cualidades, características, valores o propiedades de los integrantes del grupo musical.
- Identificativa: Destacamos el sentimiento de pertenencia a un grupo. Ya que, de cara al público se pretende conseguir que un individuo o colectivo se sientan identificados o representados con su estética, además de con su música.
- Referencial: se da visibilidad a las influencias culturales y de otros artistas que el grupo tiene. Nos acercamos a determinados iconos o referentes de la época.

A medida que vayamos realizando el análisis de las imágenes que estudiaremos en el siguiente capítulo, podremos ir comprendiendo el grado de importancia que cada función tiene según la carátula en estudio.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LAS IMÁGENES

5. Las carátulas elegidas de Led Zeppelin

Las carátulas elegidas para este estudio que se va a realizar a continuación, siguen el orden cronológico según el año de publicación del LP. Las portadas de los discos son las siguientes:

- Led Zeppelin I (1969)
- Led Zeppelin II (1969)
- Led Zeppelin III (1970)
- Álbum sin título – popularmente conocido como *Led Zeppelin IV* (1971)
- Houses of The Holy (1973)
- Physical Graffiti (1975)

Recordemos que el objetivo principal de este trabajo, es analizar²⁰ las carátulas siguiendo el método de la Teoría del Texto. Entendemos las carátulas como soportes publicitarios con fines de venta, dirigidos a una audiencia anónima, abierta y heterogénea, pero que también tienen un valor y un alcance artístico. Cualquier imagen puede ser estudiada como un texto y tener en cuenta su significación plástica. Estamos hablando de algo que percibimos con el sentido de la vista y tiene el carácter de una apariencia, aunque materializada bajo la forma y el soporte de una carátula, un objeto visual concreto, una configuración que incluye elementos fotográficos, dibujos, colores y signos escritos.

En este capítulo analizaremos las carátulas mencionadas para determinar la composición que tienen sus imágenes, los elementos morfológicos que poseen, y su estructura compositiva. El punto, la línea, el plano, la textura, el color, y la forma compondrían lo que llamamos elementos primarios, son aquellos que configuran el espacio icónico. Una vez identificados y comprendidos, nos ayudarán a entender la complejidad o simplicidad de la propia imagen, y tal vez el sentido de la propuesta. Según Arheim (1999: p. 69), la

²⁰Al respecto, Greimas y Courtés (1990) definen el análisis como el conjunto de procedimientos utilizados en la descripción de un objeto semiótico para desvelar las relaciones entre sus partes, y de estas con el todo, hasta su agotamiento o registro de las unidades mínimas. (Citado en Canga, 2013, p 176) Greimas, A. J., Courtés, J. (1990): *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 34.

simplicidad “es la experiencia y el juicio subjetivos de un observador que no halla dificultad para entender aquello que se le presenta”.

Podemos decir que las portadas de los discos están dentro de las imágenes construidas, según la clasificación de la Teoría del Texto, ya que tienen una determinada intencionalidad que las condiciona de cara al espectador. Incluso dentro de esta clasificación, las dividimos en imágenes cristalizadas, con registro mecánico²¹, es decir, estas imágenes han sido elaboradas para ser impresas en un soporte que las pretende conservar para sucesivos visionados posteriores.

Aquello que no tiene estructura, que no dispone de *imago*, el deseo imaginario, y rompe con el orden la verosimilitud y de inteligibilidad, es lo real. Para González Requena (1997) es lo no transparente, lo opaco. Esta definición la asociamos a la fotografía, que intenta hacer una manifestación extrema de lo real basada en la superficialidad y materialidad. Por lo tanto, tendremos que analizar los complementos, o los objetos que tiene la carátula fotográfica, para poder leer algo que vaya más allá que una simple representación de lo real. Así que también podemos mencionar ciertos elementos que no sean fotográficos, que funcionan como suplemento para añadir cierta significación. A lo largo de este análisis podremos apreciar la disparidad que se presenta en los elementos fotográficos, percibiéndola en la tonalidad, la iluminación o en el contraste de cada carátula.

Hablamos de FFE ²² cuando señalamos imágenes fotográficas, las cuales estarían dentro de las imágenes especulares. González Requena (1997) teoriza estas últimas como huellas visuales cristalizadas, de algo que estuvo presente en ese momento frente a las mismas. “No son imágenes representativas, sino, propiamente presentativas: es lo real lo que en ellas se presenta” (González Requena, 1997). Según este autor, encontramos imágenes delirantes cuando “éstas, sin duda, mienten, pues remiten a algo que no está ahí presente, a algo que está ausente”. Este tipo de imágenes no presentan lo real, sino lo imaginario²³.

²¹Registro mecánico: aquellas imágenes intencionales, representadas en un soporte cuya intención es “comunicativa” y dependen de los medios. Recuperado de: <http://gonzalezrequena.com/textos-en-linea-0-2/libros-en-linea/el-ser-de-las-imagenes/la-imagen-y-la-realidad-psicologia-de-la-percepcion-historia-del-arte-teoria-de-la-imagen/> Consultado el 10 de mayo del 2020

²²FFE: imágenes fotográfico-fílmico-electrónicas (González Requena, 1997)

²³Para González Requena (1997) “debe advertirse que la problemática de las imágenes delirantes cobrará dimensión hasta hoy insospechada con la irrupción de las nuevas tecnologías que permiten la generación de imágenes por ordenador”.

Existe un tercer tipo de imágenes, denominadas icónicas. Estas son capaces de nombrar visualmente algo ausente, y al mismo tiempo “acreditan su ausencia” (González Requena, 1997). Al contrario que las imágenes delirantes y especulares, las icónicas generan representaciones²⁴; esta cualidad las dota de la capacidad para nombrar y generar una realidad.

5.1 Led Zeppelin I (1969)



Figura 2. Carátula Led Zeppelin I (1969)

Se trata de una portada icónica que representa una declaración de intenciones. Esta carátula es un recorte cuadrado de la fotografía en blanco y negro del accidente que sufrió el dirigible Hindenburg. Se aprecia un zepelín en llamas cayendo. El 6 de mayo de 1937 se precipita desde 150 metros de altura este dirigible en el aeropuerto de Lakehurst, Nueva Jersey²⁵. Tras haber realizado una de sus travesías transatlánticas desde Frankfurt,

²⁴Las especulares y delirantes presentan, no representan.

²⁵Recuperado de: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2014/12/141205_vert_cul_tecnologia_viajes_zepelines_lujo_hotel_ig Consultado el 13 de mayo del 2020

Alemania, antes de aterrizar en la pista uno de sus motores sufre un fallo que provoca un incendio inmediato. Dentro de este zepelín había 97 pasajeros, que eran sobre todo personas de la alta sociedad y varias celebridades. Este accidente provocó la muerte de treinta y seis tripulantes. El autor de la fotografía es Sam Shere²⁶.

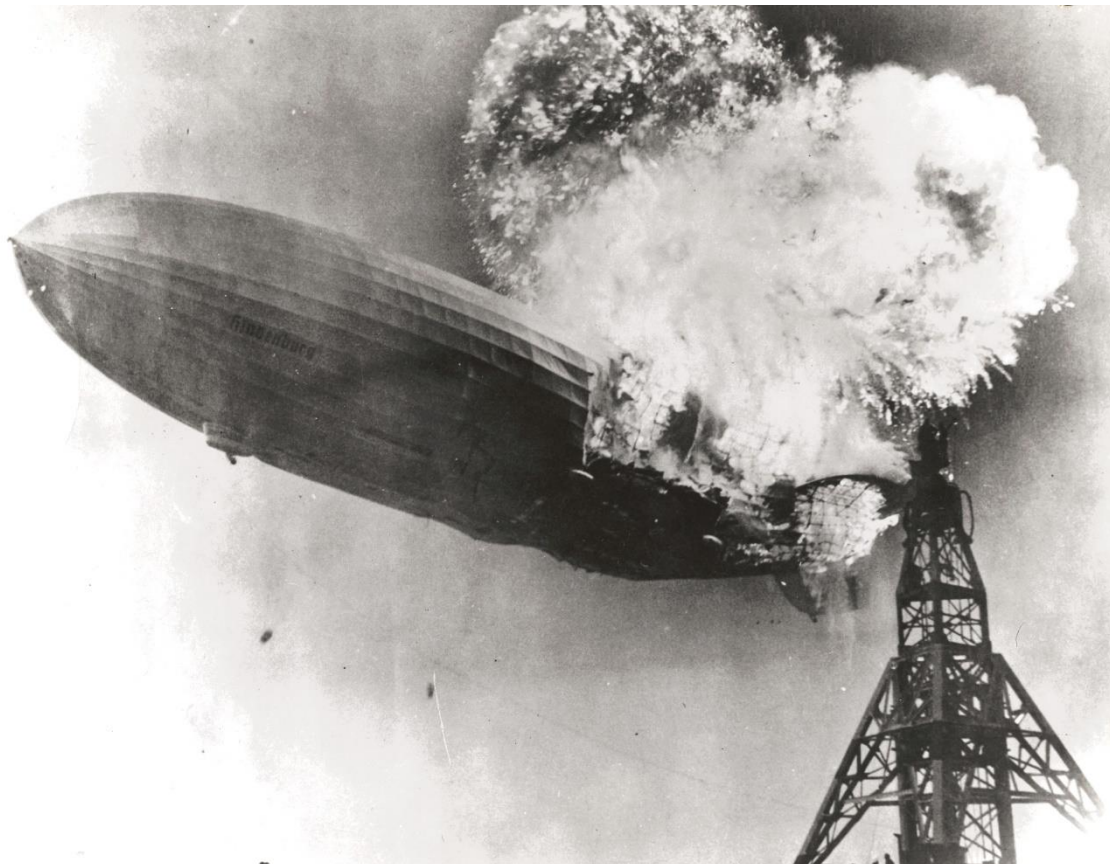


Figura 3. Fotografía del accidente del Hidenburg de Sam Shere (1937)

La carátula de este primer disco está directamente relacionada con las palabras de Keith Moon refiriéndose a la formación del grupo: “caerían como un zepelín de plomo” (Bellón, 2011: pp. 34-35). Reiteramos que en inglés *lead* significa plomo y *zeppelin* es dirigible, zepelín. Por tanto, leemos en esta imagen el nombre del grupo.

Estamos ante una imagen artificial realizada mediante técnicas de impresión gráfica que toma como referencia una fotografía previa en blanco y negro. La carátula que la representa, respeta la carencia de pigmentación. Fue tomada desde abajo, enfocando al

²⁶Sam Shere: fotógrafo bielorruso especializado en la fotografía periodística. Recuperado de: https://historia.nationalgeographic.com.es/a/tragedia-zepelin-nazi-hindenburg_14198/8 Consultado el 13 de mayo del 2020

dirigible en llamas; por otra parte, también se aprecia perfectamente la antena o torre con la que se enredó y las llamas que lo consumen. Se trata de un plano general contrapicado.

Vemos que la fotografía está quemada; en el momento en el que se realiza la captura de la imagen, la cámara recoge demasiada luz, y los objetos iluminados pierden detalle, quedando blancos²⁷. En esta imagen, observamos dos fuentes de luz: el cielo (iluminado por el Sol), y las llamas del fuego. La carátula representada no tiene gradaciones tonales intermedias. El negro y el blanco son colores o tonalidades opuestas que cuentan con el máximo contraste cromático. La imagen tiene el efecto de estar granulada, como con arena. Presenta una textura acusada. Esta característica hace que podamos sentir el peso del plomo, el zepelín es pesado y nos cuesta mirarlo, incluso enfocararlo; nos da la sensación de querer frotarnos los ojos, limpiarnos la mirada y aclarar nuestra visión.

El protagonista de esta portada es el zepelín. Es el centro de interés de los espectadores. Su forma²⁸ ovalada genera volumen en la imagen. Y su posición oblicua introduce un vector de dirección que apunta directamente al nombre del conjunto musical, escrito sobre el fondo vacío de la imagen con una tipografía clara y gruesa, de color naranja chillón. Determinamos que el nacimiento del movimiento de la imagen se encuentra en el accidente, en la colisión con la antena –el lateral derecho de la carátula. Desde estas llamas, nuestros ojos recorren el amenazante cuerpo del dirigible, para encontrarse con el grupo: un LED ZEPPELIN en letras mayúsculas en la esquina superior izquierda. Este zepelín cruza toda la carátula, apuntando incluso más allá del marco de la representación. Este movimiento es diagonal, leemos la imagen de derecha a izquierda; requiriendo un mayor esfuerzo, porque según Arnheim (1999) el movimiento pictórico hacia la derecha se percibe mejor, como más fácil. En la esquina inferior derecha, leemos el logo del sello discográfico con el mismo color naranja chillón utilizado en la tipografía del título del grupo. Estos elementos destacan sobre manera en el fondo blanco y negro.

Yendo más allá de la descripción estructural compositiva, realizando un análisis de las analogías y metáforas que la imagen sugiere, podemos encontrar también un significado sexual en la carátula. La forma alargada y ovalada del dirigible sugiere la forma del

²⁷Recuperado en: <https://www.reflejandome.com/resuelve-tus-dudas-de-fotografia/que-son-luces-quemadas/> Consultado el 15 de mayo del 2020.

²⁸Forma: como característica de un objeto representado en una imagen, o de un símbolo sin existencia fenoménica en el mundo real (Aumont, 1992)

miembro sexual masculino, que puede llegar a quemar, en tanto que está en llamas, cualquier cosa que se interponga en su camino. Así, Page y los suyos nos avisan con esta portada: preparaos, porque nuestra música es pesada, y os va a violentar. En este sentido, podría decirse que se trata de una imagen, y quizás también un sonido, estrechamente vinculado a la masculinidad, que en la carátula adquiere un carácter tanto explosivo como exhibicionista, lo cual encaja con la actitud del propio cantante en sus actuaciones en directo, donde hacía gala de su masculinidad. El psicoanálisis explica que, a nivel inconsciente, la acción de volar podría estar ligada a la erección del falo, que desafía al peso de la gravedad, que tira de las cosas hacia abajo con su fuerza física (Freud, II, 1987: 586); e incluso ha sugerido una relación directa con un avión y un dirigible, un Zeppelin (Freud, VI, 1987: 2216), lo cual justifica la asociación que acabamos de plantear. Por tanto, si se admite esta analogía, cabría agregar que en esta primera portada nos encontramos ante una representación inconsciente del deseo: lo latente surge y se revela a través de lo manifiesto.

En esta primera carátula, de apariencia tan sencilla, no hay ningún rastro de los miembros del grupo. Se presentan y representan con este dirigible. Identificamos al conjunto británico, como el objeto de deseo de esta carátula, como aquello hacia lo que apunta el dirigible, desempeñaría la función del punto nodal de la estructura compositiva. Estamos, pues, ante un ejemplo de cómo las imágenes o configuraciones perceptivas (teoría de la Gestalt) se combinan en una misma representación con los signos escritos (semiótica) y un sentido oculto que revela la presencia del deseo (psicoanálisis). Sólo somos capaces de poner cara a los integrantes del conjunto si vemos la contraportada del disco:



Figura 4. Contraportada de Led Zeppelin I (1969)

Destacamos la asociación entre la imagen que se expone en esta primera carátula con el contenido musical que representa. En este álbum, destacan canciones como: *Dazed & Confused*, *Baby, I'm Gonna Leave You*, *You Shook Me* o *Communication Breakdown*. Todas ellas tienen un sonido pesado, que rompe con los estándares de la época. Es rock duro. Las canciones son oscuras, turbias.

El autor de esta portada fue George Hardie, un ilustrador y diseñador gráfico que trabajó, junto con el colectivo llamado Hipgnosis²⁹, en varias carátulas de álbumes de rock, además de Led Zeppelin, con bandas como Pink Floyd, Genesis o Black Sabbath.

²⁹Hipgnosis es un grupo de diseñadores gráficos ingleses. Nacieron en el año 1968 y fueron los responsables de la creación de diversas carátulas de discos de rock. Recuperado de: <https://historia-arte.com/articulos/las-portadas-de-hipgnosis> Consultado el 3 de mayo del 2020

5.2 Led Zeppelin II (1969)



Figura 5. Carátula Led Zeppelin II (1969)

Se publica el segundo LP en octubre de 1969. Fue un álbum grabado de forma fugaz y agitada, entre giras europeas y norteamericanas, en distintos estudios de estos dos continentes. Esta carátula fue creada tomando como base un póster hecho por David Juniper³⁰. Se trata de una imagen mixta, la combinación de un collage con un fotomontaje. Es la única carátula donde se ven a los integrantes del grupo como tal representados en la portada; pero en esta representación se ven deformados parcialmente por los efectos fotográficos, integrados en una tripulación manipulada, convirtiéndose en un anacronismo intencionado. Distinguimos que es un collage dado que se incorporan varias piezas entre sí, resultando una creación colectiva. Esta técnica empezó a ser desarrollada por diferentes movimientos de vanguardia desarrollados a lo largo del siglo XX, como el cubismo, constructivismo, dadaísmo, el surrealismo, entre otros.

El peso de la imagen, concebido por Arnheim (1999) como la intensidad de la fuerza gravitatoria que tira de los objetos hacia abajo, está vinculado directamente a la presencia

³⁰Recuperado: https://rockpopgallery.typepad.com/rockpop_gallery_news/2007/05/cover_story_led.html
Consultado el 16 de junio del 2020

de los personajes, que han sido introducidos en la parte inferior derecha de la carátula. Su posición ha sido marcada por la gran masa blanca que remite al zepelín de la primera carátula y opera a la manera de un vector de dirección, combinando lo tridimensional con lo bidimensional en un mismo espacio de representación.

Según Bañuelos (2008: p 15) “el fotomontaje es un sistema semiótico de comunicación, que se construye a partir de signos indiciales, icónicos y/o simbólicos, de naturaleza lumínica, gráfica, plástica y/o eléctrica-digital, que es vehículo de expresión, poética y retórica de autores, entidades comerciales e instituciones políticas, en ámbitos tan diversos como la lírica artística, la publicidad, la propaganda y la decoración, todos ellos discursos interdependientes e interconexos, pertenecientes a un código culturizado que se deposita en la particularidad del signo fotográfico analógico o digital”.

Su diseño tiene como base una vieja fotografía de la Undécima División Jasta de la Fuerza Aérea Alemana en la Primera Guerra Mundial³¹, este mítico retrato es conocido como el “Circo Aéreo” liderado por el bien renombrado Barón Rojo³². Para la portada de este LP, la imagen fue coloreada a sepia, aportando un aire retro. Todas las caras de los pilotos originales se reemplazaron o modificaron, poniéndoles gafas de sol y barbas a sus caras. Por otro lado, las cuatro cabezas de los integrantes de Led Zeppelin se añadieron con aerógrafo. También se dibujaron los rostros de su mánager Peter Grant y el mánager de giras Richard Cole. “El fotomontaje hace posible realizar imágenes visuales que representan hechos que no sucedieron o alterar los que se tomaron con una cámara fotográfica de manera directa” (Bañuelos, 2018: p. 48)

³¹Recuperado: <https://balloonstodrones.com/2018/07/18/the-downfall-of-the-red-baron-lessons-learned-from-the-first-world-war-ace-of-aces/> Consultado el 16 de junio del 2020

³²Barón Rojo: el piloto alemán Manfred von Richthofen.



Figura 6. Fotografía de la Undécima División Jasta de la Fuerza Aérea Alemana.

En palabras del propio diseñador David Juniper: *“The combination of collage/photography and airbrush illustration was groundbreaking for me, because the traditional airbrush technique was very tricky, especially when compared to today’s digital equivalents. The cover imagery was completely experimental and I liked the combination of the abstract ghostly Zeppelin shape along with a faded sepia WWI photo of German Aviators.*

All the faces were replaced or altered (sunglasses & beards on some of the pilots!). In amongst the four band members (airbrushed in from a publicity photograph) are Miles Davis (or was it Blind Willie Johnson?), a girlfriend/muse of Andy Warhol (perhaps Mary Woronov) and the astronaut Neil Armstrong. The original photo of the Jasta Division of the WWI German Air Force came from an old book about the ‘Sopwith Camel’, which was a famous British bi-plane from WWI.”

“La combinación del collage con la fotografía y la ilustración con aerógrafo fue muy novedosa para mí, porque la técnica tradicional con aerógrafo era muy difícil, especialmente si la comparas con los equivalentes digitales de hoy en día. La imagen de

la aportada fue totalmente experimental, me gustó la combinación de la silueta abstracta y fantasmagórica del zepelín con una fotografía difuminada en sepia de la Primera Guerra Mundial de los pilotos alemanes.

Todas las caras fueron reemplazadas o alteradas (¡gafas y barbas en algunos pilotos!). Por encima los cuatro miembros del grupo (que fueron aerografeados desde una fotografía publicitaria), están Miles Davis (¿o era Blind Willie Johnson?), una novia/musa de Andy Warhol (quizá Mary Woronov) y el astronauta Neil Amstrong. La fotografía original de la División Jasta de la Primera Guerra Mundial de las Fuerzas Aéreas Alemanas salió de un viejo libro sobre el “Sopwith Camel”, que era un famoso biplano británico de la Primera Guerra Mundial” (traducción propia).

La tipografía cambia, aunque sigue siendo sobria. Las letras están rellenas con un degradado de color, en la palabra “LED” va del blanco al naranja claro, mientras que el “ZEPPELIN” va del blanco al rosa. Inmediatamente debajo del nombre del grupo, se encuentra situado en negro el número dos en romano (II), que es el título del álbum. Los colores predominantes en toda la carátula son el sepia y el marrón. Sin olvidar el logo del sello discográfico, Atlantic Records, localizado en la parte inferior izquierda de la portada. No pasa desapercibida la forma³³ en blanco, según indicamos más arriba, del impresionante dirigible en llamas.

Por tener el fondo color marrón, con la inminente presencia del zepelín, este álbum también fue conocido como *Brown Bomber (Bombardero marrón)*. Como espectadores, lo primero que nos llama la atención son los protagonistas del fotomontaje. Los identificamos como soldados por los detalles de sus uniformes. Analizando más profundamente, advertimos que son pilotos por el estilo de las gafas de sol que les han puesto. Percibimos que algunos tienen el pelo demasiado largo, no tienen estas lentes ni tampoco las gorras típicas de los militares. Ahí es cuando nos damos cuenta que son Plant, Page, Bonham y Jones. Es un plano general de los falsos pilotos, que interpelan al espectador con su mirada. Al tomar la fotografía, la cámara tenía una posición frontal horizontal.

³³“La forma sirve, antes que nada, para informarnos acerca de la naturaleza de las cosas a través de su aspecto exterior” Arnheim (1999).

Esta carátula nos transmite inquietud, en cuanto al aspecto lúgubre y antiguo del color sepia. Es el tipo de fotografía que se podría encontrar en alguna casa encantada. La técnica del fotomontaje hizo posible que Led Zeppelin retornara al pasado para posar al lado de unos particulares aviadores alemanes. Una particularidad que destacamos de esta imagen es la figura femenina. Por un lado, se dice que puede que sea alguna novia de Andy Warhol. Pero por otro, también se baraja la posibilidad de que sea la actriz Glynis Johnson, jugando con las palabras y la representación de la figura del ingeniero de sonido con nombre demasiado parecido: Glyn Johns³⁴.

El disco superó las expectativas no sólo de todos los críticos, sino del propio Jimmy Page, que no tenía muchas esperanzas en el éxito del LP. Las canciones vienen envueltas de polémica por sus letras, además de que fueron acusados de plagio por repetir melodías de clásicos de blues. Destacamos títulos como la balada *Thank You* o una de sus canciones más conocidas a nivel internacional *Whole Lotta Love*.

Nos aventuramos a decir que el estilo militarizado de la carátula, asociando a los soldados, pilotos y generales con la violencia, va de la mano del heavy metal de las canciones que estos británicos no brindan en su segundo disco.

³⁴Recuperado de: <https://www.albumcoverart.co.uk/led-zeppelin-2-brown-bomber-limited-edition-signed-album-cover-print-by-david-juniper-722-p.asp> Consultado el: 8 de mayo del 2020

5.3 Led Zeppelin III (1970)



Figura 7. Carátula Led Zeppelin III (1970)

El tercer disco de estudio de Led Zeppelin se publica en 1970. La palabra que mejor describe a esta portada es *caótica*. Está cargada de símbolos y signos que nos pierden, incluso marean. Encima de un fondo completamente blanco, se superpusieron distintas figuras e imágenes que en un primer momento parecen no tener nexo alguno.

El autor de esta carátula es Zacron, un recién graduado artista de la Royal Academy of Arts. Esta portada tiene muy presente la estética esotérica, además de imágenes hippies; podríamos decir que el conjunto nos recuerda al arte psicodélico³⁵. Este arte también puede ser denominado arte lisérgico. Este concepto hace alusión a la sustancia química del LSD. En la experiencia psicodélica, se busca alterar la conciencia provocando sensaciones parecidas al éxtasis religioso, el sueño o la psicosis. Su objetivo es exteriorizar el mundo interior de la mente.

³⁵Arte inspirado por las alucinaciones que se podrían experimentar al consumir drogas alucinógenas, como LSD o peyote. Se concentra en intentar plasmar el mundo interior del alma – *psiquis*-. Este movimiento contracultural artístico surge en los años sesenta del siglo veinte. Recuperado de: <https://tiposdearte.com/arte-psicodelico/> Consultado el 25 de junio del 2020

Enumerando algunas características de este tipo de arte, podemos encontrar³⁶:

- Colores brillantes o con un elevado contraste.
- Aparición de pautas caleidoscópicas, fractales o inspiración en diseños persas.
- Abundancia de líneas y colorista.
- Transformación de los patrones y objetos.
- Profundidad de los detalles, con una gran estilización de los mismos.
- Usan leyes propias, es decir, se representa un mundo libre y fantástico, sin gravedad ni límites.
- Predominan las espirales, clonaciones, las formas radiales, y repeticiones.
- Se introducen fenómenos entópticos³⁷ y temas fosfénicos.

Dentro de esta carátula, en las imágenes que se representan podemos ver distintos animales e insectos: mariposas, libélulas, vacas y pájaros. La figura geométrica perfecta, el círculo, es la más predominante. La disposición dispar de las formas que aparecen en esta portada deja libre la imaginación del espectador. Tomando cada parte de la portada por separado, observamos ciertas fotografías a color de la realidad (sonrisa, mariposas), dotándolas de un grado de iconicidad muy alto. El fondo de esta carátula sugiere una apertura del campo visual, que sobrepasa los límites del marco establecido. La fuerza de segregación de los elementos es exagerada.

En la versión original del vinilo, en la carpeta donde se guardaba el LP había varios agujeros que tenían la función de ventanas. Detrás de la portada principal, había un disco giratorio que contenía varias imágenes, incluidas unas fotografías de los integrantes del grupo. Cuando se giraba este complemento, se podían ver las imágenes a través de los agujeros.

Arnheim (1999: p.248) nos define ventana como “agujero practicado en el muro, un área relativamente pequeña de silueta simple contenida dentro de la superficie mayor del muro”. Así también, el autor nos recuerda que “un área pequeña y cerrada sobre un plano de fondo está destinada a ser figura”. Estas ventanas circulares en la carátula confirman su naturaleza de figuras en un fondo infinito en constante movimiento. Los elementos que

³⁶Adaptación de las características encontradas en: <https://tiposdearte.com/arte-psicodelico/> Consultado el 13 de mayo del 2020

³⁷“Las imágenes entópticas son consideradas visualizaciones de la geometría neural, siendo los alucinógenos los que inducen las imágenes más vividas.” Ortuño (2015)

se disponen en este fondo blanco indefinido están colocados de manera aleatoria; las figuras que se encontraban en el disco giratorio coincidían en forma y contorno con los círculos de las ventanas, confirmando, como hemos dicho antes, su papel de figuras en esta portada.



Figura 8. Disco giratorio Led Zeppelin III (1970)

Siguiendo las imágenes de los animales, también podemos ver algunas flores y cielos. Nos atrevemos a decir que la carátula tiene una temática muy bucólica. Asociamos el ciclo natural de la vida con la presencia de los círculos, confirmando esta conexión con el disco giratorio. Todo tiene un principio y un fin, y todo seguirá girando. Contraponiéndose a esta temática, nos encontramos con la materia mecanizada y la frialdad del hierro. Se representan dos naves de transporte aéreo: avionetas y un dirigible. En la carátula están presentes una gran cantidad de colores, cada cosa tiene su propio color: azul, gris, rosa, naranja, rojo... Pero por encima de estos colores, destacan las figuras que tienen el color amarillo. La tipografía ya no es recta ni tan cuadrículada, sino más sutil y redondeada. Leemos un Led Zeppelin acompañado del número tres (III) romano con contorno en negro.

Yendo un poco más allá, podemos destacar que en esta portada existe *horror vacui* o “miedo al vacío”³⁸. La carátula es una constelación de figuras atractivas que no poseen ningún tipo de unidad ni coherencia. Parece como si el autor de la portada quisiera seguir recargando la imagen con más figuras eternamente. Estas imágenes escapan del espacio limitado por la propia portada, quieren seguir extendiéndose. Ante la presencia de tantos elementos inconexos, esta imagen nos provoca la sensación de estar bajo los efectos de las drogas. Nos abrumba e incluso marea. Sensación acorde a las características del arte psicodélico.

Este disco se caracteriza por ser rupturista y muy creativo. Sorprende a la prensa especializada y a sus seguidores por su carácter acústico. Sus canciones penden entre el funk-blues y una tranquilidad melódica. Fue un disco que descolocó a un público acostumbrado al rock duro del cuarteto. Con esta obra se confirma que Led Zeppelin no parecía tener límites en cuanto a creatividad. Destacan canciones como *Immigrant Song*, *Friends*, *Celebration Day* y *Tangerine*.³⁹ Se trata de un disco extraño y disonante tanto artística como musicalmente.

³⁸Recuperado de: <https://3minutosdearte.com/generos-y-tecnicas/horror-vacui/> Consultado el 8 de mayo del 2020

³⁹Recuperado de: <https://www.efeeme.com/led-zeppelin-iii-1970-de-led-zeppelin/> Consultado el 10 de mayo del 2020

5.4 Sin título (1971)



Figura 9. Carátula sin título (1971)

Esta carátula es la fotografía de una pared con un cuadro de un leñador con forma rectangular. El fondo de la imagen es un papel pintado de pared desgarrado, donde incluso se aprecian trozos de pared desprendida. Podemos adivinar ciertos motivos florales, pero no del todo distinguibles. Nos imaginamos que forma parte de una casa derruida, de la que increíblemente todavía permanece un cuadro con forma rectangular. Lo que más nos llama la atención de esta portada es esta pintura; a pesar de no estar en el centro de la carátula, ya que en el encuadre de la fotografía está desplazado ligeramente hacia la derecha. La iluminación es frontal, no existen ningún tipo de sombras.



Figura 10. Pintura del leñador.

Se trata de una portada muy simple, donde no hay ningún tipo de tipografía que nos indique el nombre ni del grupo ni de la discográfica. Los colores que predominan son claros, blanco roto y beiges; colores que inspiran (nivel connotativo de la imagen) cierta nostalgia, abandono. Como esa pared desgarrada que acompaña al leñador.

Analizando el cuadro con más detenimiento podemos observar que el protagonista, como dijimos anteriormente, es un leñador representado en un plano general. Un señor cansado y doblado por su oficio: se encuentra cargando un conjunto de ramas a su espalda. Su tercera pierna es un bastón que coge con las dos manos. Está detenido para que lo retraten y nos mira fijamente. Así, en esta pintura distinguimos un fondo distinto a la fotografía de la carátula, y su figura protagonista es el leñador. Está situado en un campo verde con un bosque detrás, una ambientación demasiado bucólica que contrasta con la pared destruida.

También destacamos el marco de la pintura. Arnheim (1999: p. 247) define marco como “una ventana por la que el observador se asomaba a un mundo exterior, delimitado por la abertura de la mirilla pero ilimitado en sí”. Este marco hace que podamos distinguir dos realidades distintas: una en la que la situación es agobiante y se define por esa pared desgarrada y destruida, que tiene la función de fondo en esta carátula; y otra segunda en la que un abuelo trabaja acarreado leña de un bosque. El cuadro del leñador fue adquirido por el cantante del grupo, Robert Plant, en una tienda de antigüedades en la localidad de Reading, Berkshire al este de Inglaterra⁴⁰.

La idea de no utilizar ningún tipo de letra para la carátula de su disco fue de los miembros del grupo. Se dice que tras recibir la crítica de que su tercer álbum era demasiado comercial, decidieron no nombrar este cuarto⁴¹. De esta manera, en 1971 apareció un álbum sin título ni autores.

Es interesante destacar que, al lomo de este disco podemos distinguir cuatro símbolos, los cuales representan a los miembros de la banda. El conjunto de esta fotografía retratando un ambiente decadente y unas runas misteriosas hacen que el cuarto álbum sin título de Led Zeppelin sea un enigma. También una excelente estrategia de marketing que sitúa a esta obra en la sexta posición en la lista de los discos más vendidos de la historia⁴².



Figura 11. Runas de Led Zeppelin

La imagen de Led Zeppelin ha estado vinculada con el satanismo y el ocultismo. El líder de la banda, Jimmy Page, era seguidor de Aleister Crowley⁴³, y compró su mansión

⁴⁰Recuperado de: <https://www.plasticosydecibelios.com/albumes-historicos-led-zeppelin-iv-1971/> Consultado el 19 de junio del 2020

⁴¹Recuperado de: <http://www.rtve.es/noticias/20141016/led-zeppelin-iv-disco-para-eternidad/999700.shtml> Consultado el 19 de junio del 2020

⁴²Según la Recording Industry Association of America (RIAA): https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=top_tallies&tt=TIA#search_section Consultado el 6 de mayo del 2020

⁴³Ocultista inglés que fundó varias sectas del tipo satánicas como el Thelema o Astrum Argentum.

Boleskine House a orillas del lago Ness, alimentando este mito y la imagen esotérica del conjunto. De esta manera, las presentes runas se relacionan con el ideal más oscuro de la banda. Cada símbolo representa un miembro del grupo:

- La pluma de Robert Plant representa al dios egipcio de la justicia y la valentía Ma'at.
- Los tres círculos entrelazados de John Bonham lo podemos vincular desde una perspectiva religiosa -la Trinidad: Padre, Hijo, Espíritu Santo-, o asociarlo al nudo borromeo⁴⁴.
- La triqueta de John Paul Jones podría simbolizar la vida, la muerte y el renacimiento.
- Al desconocido ZoSo de Jimmy Page no podemos asociarlo con ninguna significación, ya que a día de hoy no ha querido dar explicación de lo que representa.

Las cuatro runas poseen un trazo color negro, y la forma más recurrente es el círculo. Cada miembro de la banda fue el responsable de escoger qué símbolo lo representaría; del *Libro de los Símbolos* (1955) de Rudolf Koch⁴⁵ tanto Jones como Bonham eligieron qué era lo que les representaría, mientras Plant y Page idearon su propio diseño.

La carátula que representa el cuarto disco de Led Zeppelin es muy simple, tiene un significado claro: la representación de lo decadente, lo abandonado y lo antiguo. Le acompaña ese misterio que ayudó a alimentar la imagen oscura de la banda, el visionado de esas runas tan tenebrosas recordará a los cuatro rockeros de por vida. Incluso podemos destacar canciones de este disco como *The Battle of Evermore* o *Stairway to Heaven* que confirman las connotaciones fantásticas de los protagonistas.

⁴⁴En la teoría psicoanalítica de Jacques Lacan, nos referimos a una estructura formada por tres anillos, que se identifican con el registro de lo simbólico, lo real y lo imaginario. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/nudo-borromeo/> Consultado el 6 de mayo del 2020

⁴⁵Rudolf Koch fue un diseñador alemán especializado en tipografía, caligrafía e ilustración. Publicó El Libro de los Símbolos en junio de 1955, en él se hace una recopilación de símbolos y runas primitivas y medievales.

5.5 Houses of Holy (1973)



Figura 12. Houses of Holy (1973)

En 1973 se publica el quinto álbum de Led Zeppelin, la imagen que acompaña este disco tiene una composición más interesante que las otras cuatro carátulas anteriores. Podemos observar otra fotografía que tiene como protagonista, en primer momento, seis infantes desnudos escalando un terreno compuesto por formaciones rocosas de basalto, que trazan un eje diagonal en la parte superior de la composición. La fotografía está tomada desde abajo, por lo que el plano es un contrapicado. La forma que destaca es el triángulo de la montaña, pero no pasan inadvertidas las formaciones octogonales de las rocas que la constituyen. Por lo tanto, existe un orden geométrico en la obra.

Los niños se dirigen hacia el punto más alto de esta particular cima, este núcleo se encuentra situado en la parte superior izquierda de la fotografía donde se representa un atardecer con un cielo anaranjado, y distinguimos que es el clímax de esta carátula. De él podemos ver que surge una llamada de luz, éste es el punto de ignición; es a donde se encaminan, además de los protagonistas, nuestros ojos de espectadores. Esta llamada comienza con el color blanco, que enmarca nuestra montaña rocosa, para seguir con un degradado de colores cálidos que tiene un amarillo claro y acaba con un naranja muy fuerte, casi chillón. Estos colores cálidos nos invitan a imaginarnos un apocalipsis, el fin

de alguna experiencia en la que la inocencia se funde en el color blanco puro. Podemos pensar que tras realizar el esfuerzo de subir estas rocas basálticas encontraremos una paz y tranquilidad que aliviará nuestra consciencia. Es importante destacar el color de los cuerpos que responden a esta llamada; los rostros de los niños no se ven, ya que están de espaldas a nosotros, su color es un rosa perlado y sus cabellos un rubio muy claro canoso. Entendemos que estos inocentes van a fundirse con el blanco que encabeza la cima, en tanto que su color corporal está muy cerca de esa luminosidad que enmarca la cúspide de la fotografía. Los seis párvulos tienen distintas posiciones, están situados a diferentes alturas de la montaña: unos están más cerca del pico y podemos verlos de cuerpo entero, mientras que el más próximo a nosotros está cortado por las rodillas, apenas está iniciando su ascenso. A pesar de estar desnudos no podemos distinguir el sexo de estos personajes, dado que se encuentran de espaldas y no se exponen sus genitales. Esta asexualidad los dota de la divinidad propia de los ángeles, que siguen su camino hacia el Edén.

Por otro lado, tenemos que hablar del fenómeno geológico que se nos presenta: el monte está constituido por varias columnas de basalto que se formaron hace millones de años cuando se enfrió la lava de un volcán. En este proceso de solidificación, el magma volcánico adopta la forma de columnas octogonales. El nombre del lugar es la Calzada de los Gigantes, se encuentra ubicado en Irlanda del Norte⁴⁶.



Figura 13. La Calzada de los Gigantes

⁴⁶Recuperado de: <https://www.efeme.com/las-mejores-portadas-del-rock-led-zeppelin-houses-of-the-holy/> Consultado el 6 de mayo del 2020

En la carátula de *Houses of Holy*, el color de este conjunto geológico es sepia amarillento. Contiene algunos charcos negros, que recuerdan huecos en los octógonos de los que hay que tener cuidado. Los autores fueron Storm Thorgerson y Aubrey Powell, dos diseñadores que formaban Hipgnosis⁴⁷. El proceso compositivo de esta carátula fue largo, los integrantes del grupo rechazaron sus primeras ideas hasta que sin querer nace esta memorable carátula. La idea principal era retratar una familia dorada y plateada que se dirigiría a la cúspide de las rocas con una luz de amanecer⁴⁸, llevar a cabo esta representación resultó demasiado complicado dado las condiciones climáticas.

Aubrey Powell tomó varias fotografías de dos niños desde la parte inferior de la Calzada, con la intención de unirlos en un último montaje. Para conseguir el resultado final, se hizo un collage que se imprimió más tarde en un papel de color sepia; para que después se pintara con los colores que ya describimos anteriormente. La edición final de esta carátula contaba con una banda de papel color blanco⁴⁹ en la que se leían con caracteres celtas el nombre del grupo y el título del disco.

⁴⁷Hipgnosis ya había trabajado para Led Zeppelin en su portada debut, pero no fueron Storm Thorgerson y Aubrey Powell, sino George Hardie quien se hizo responsable de aquel primer zepelín.

⁴⁸La idea viene del libro de ciencia ficción “El fin de la Infancia (1953) de Arthur C Clarke, que finaliza cuando los niños del planeta se funden en una torre de fuego. Recuperado de: <https://www.efeeme.com/las-mejores-portadas-del-rock-led-zeppelin-houses-of-the-holy/> Consultado el 6 de mayo del 2020

⁴⁹Más conocido como obi: cinturón largo y ancho, principalmente de seda que sostiene el quimono japonés.

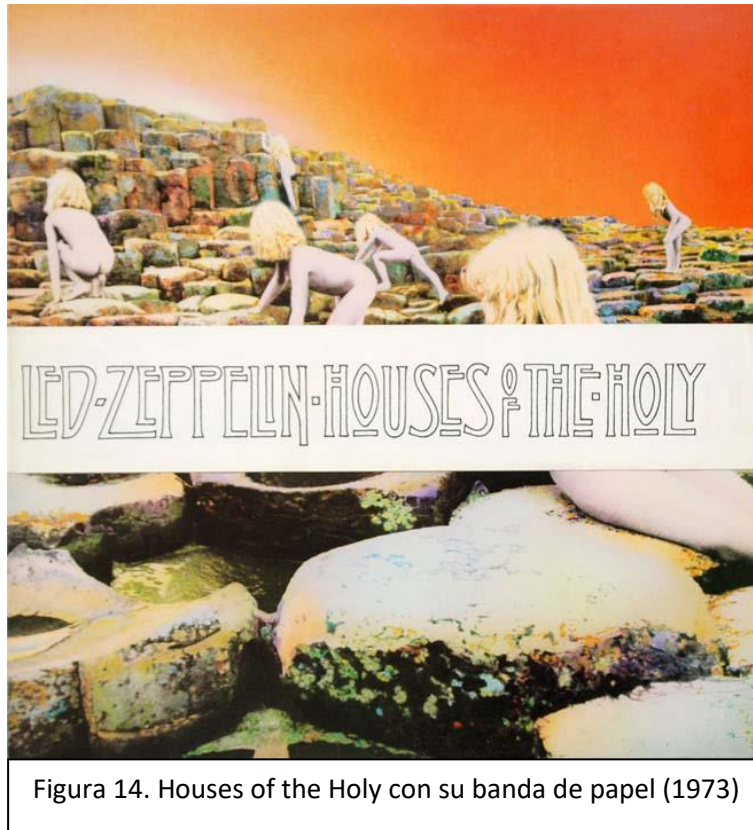


Figura 14. Houses of the Holy con su banda de papel (1973)

Cuando se rompía este distintivo, no quedaba ningún rastro ni del nombre del grupo ni del álbum. Podemos destacar canciones como *The Rain Song*, *D'yer Mak'er* y *Over the Hills and Far Away*.

5.6 Physical Graffiti (1975)



Figura 15. Carátula de Physical Graffiti (1975)

En 1975 Led Zeppelin publica *Physical Graffiti*. Se trata de una portada en la que las formas cuadradas y rectangulares predominan sobremanera, observamos los portales de un edificio de cuatro plantas. Es una estructura compositiva cartesiana que otorga un valor destacado a los ejes verticales y horizontales que estabilizan la composición. Todo encaja perfectamente; como espectadores estamos situados enfrente de la construcción, al otro lado de la calle, es una fachada común de algún barrio urbano estadounidense. Este edificio cuenta con dos portales y 16 ventanas, es un plano frontal. La luz es directa, aunque el color de la fotografía es blanco y negro, nos hace dudar si es una captura fotográfica o un dibujo. Las cuatro plantas del edificio están unidas entre sí por unas escaleras, que son muy comunes en la cultura americana, son las escaleras de emergencias.

Desde de la calle podemos ver que en uno de los dos portales está sentado un hombre, no se le distingue la cara y no se dirige hacia nosotros, está mirando hacia su lado derecho con una postura de estar esperando a alguien. Se encuentra sentado al borde de la puerta del portal, en las escalerillas que unen el edificio con la calle. Tiene las piernas abiertas y sus brazos apoyados en sus rodillas. No es protagonista de la carátula, porque se pierde

en la inmensidad del edificio. En la fotografía se encuentra en la parte inferior izquierda, pasa desapercibido. Por otro lado, también podemos observar que en la acera de la calle hay cubos de basura. Están situados al final de las escaleras de cada portal específicamente. En el lado derecho de la fotografía hay tres, y un poco más centrados hay otros cuatro. Estos basureros están siendo acompañados por una boca de incendios, factor muy típico neoyorkino.

En esta fotografía leemos un P-H-Y-S-I-C-A-L-G-R-A-F-F-I-T-I. Cada letra ocupa una ventana del edificio. Estas letras insertadas en la fotografía actúan como elementos significantes que ayudan al espectador a comprender más allá de lo que se muestra, a pasar de la denotación a la connotación.

Se trata de una tipografía recta de color naranja. Hay 16 ventanas acompañadas de 16 letras. El fondo de las ventanas es blanco, cortinas blancas que no nos permiten ver que hay dentro de esta comunidad. La lectura del título del disco es horizontal, aunque existe espacio considerable entre letra y letra que nos dificulta este ejercicio gramatical. También podemos leer un Led Zeppelin un tanto tímido en el techo del inmueble, a pesar de estar centrado en la parte superior de la fachada. Parece que entre el Led y el Zeppelin está dibujada la cara de un niño, un bebé. El color de los caracteres de Led Zeppelin es el mismo que el del edificio, nos da la sensación que este es el nombre del mismo.

Podemos hablar de las escaleras de emergencia: nos ayudan a realizar nuestro ejercicio de lectura. Recorremos de arriba hacia abajo esta carátula, y podemos volver a subir.

El autor de esta portada es Peter Corrison, el cual buscaba representar un edificio que destacara por su simetría y pudiera encajar fácilmente en la portada de un álbum. El bloque se encuentra en St Mark's Place, 97 en Nueva York⁵⁰.

⁵⁰Recuperado de: <https://www.rollingstone.com/music/music-album-reviews/physical-graffiti-245789/>
Consultado el 8 de mayo del 2020



Figura 16. Edificio original

La fotografía fue modificada hasta llegar a la carátula final: se eliminó uno de los pisos de la construcción, para que el edificio encuadrara mejor. Además, las ventanas que vemos con las letras están troqueladas, la cara interna del disco podía ser modificada y asomar diversas fotografías y figuras de la cara interna del soporte, como veíamos a propósito de *Led Zeppelin III*, con el disco giratorio.

Como dato curioso podemos añadir que debajo de este edificio había una tienda de ropa de segunda mano, con el mismo nombre que este quinto disco. Mencionamos canciones como *In My Time of Dying* o *Kashmir*. Por otro lado, se volvió una parada casi obligatoria para los fans del grupo que visitaban la ciudad de Nueva York. En 1981, The Rolling Stones grabó el videoclip de *Waiting On A Friend* en las escaleras del mismo edificio.

CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES

6. Conclusiones

Tras analizar estas seis carátulas del grupo británico Led Zeppelin, no podemos olvidar que el fin de estas imágenes es comercial, con su publicación se invita al consumidor que adquiera el producto (la música de la banda), que compre el disco. De esta manera se está vendiendo el concepto de Led Zeppelin, la cultura se liga a la publicidad y el marketing.

Este trabajo nos ayuda a marcar la evolución de la estética del grupo, desde su carátula de presentación hasta la apropiación de un edificio común estadounidense. Es interesante señalar que cualquier imagen puede ser estudiada y concebida desde una perspectiva teórica. Aplicado al caso que nos ocupa, podemos observar cómo se lee a través de la estructura de un soporte publicitario cuando ciertas composiciones y colores nos guían al entendimiento subjetivo de un concepto. Las portadas que se analizaron están formadas por significantes pensados para transmitir una imagen específica del grupo.

A medida que se desarrolla este trabajo nos sorprende ver la dimensión del éxito de este grupo musical. La creación artística, la rebeldía del rock and roll y la industria cultural, se acompañan de la acción de los medios que difundieron estas ideas. Esta publicidad gráfica que combina diferentes movimientos artísticos refleja la concepción del arte a ojos de este cuarteto. A lo largo de sus carátulas no pudimos apreciar ningún patrón constante que definiera a Page y los suyos, más bien el reflejo de algún movimiento, como el hippie en el *Led Zeppelin III*, o el intento de representación cruda de la realidad, como *Physical Graffiti*. De esta manera, lo comercial se funde con lo artístico. En las carátulas no se puede separar la función artística del marketing. Es en esta dualidad donde radica la magia de la publicidad. En un mundo tan comercializado, se vende una idea original que destaca para ser consumida y vendida.

En este proceso de análisis apreciamos la importancia que tiene la imagen de un grupo para tener un espacio en un mundo tan competitivo y copado, como es el espectáculo. Lo destacable es que hayan perdurado a lo largo de los años, siendo a día de hoy tan influyentes en grupos actuales del mismo género. Los espectadores, en el proceso de compra, tienen que sentirse atraídos por la imagen que representa el álbum que quieren

adquirir. Las imágenes tienen que despertar el interés y curiosidad del público para que éste se sienta afín y pueda culminar con una transacción exitosa.

Por último, podemos decir que estas carátulas han servido para que el grupo se diferenciara de sus “competidores” coetáneos: fueron tan eficaces que crearon sus propios símbolos para que sus oyentes pudieran identificarlos visualmente.

Personalmente creemos que Led Zeppelin es sinónimo de fama. Como creadores de cultura, pudieron “domar” la idea del rock y sobreescribirla en el éxito de ventas. Su popularidad perdura hasta hoy en día. Innovaron en el terreno musical, con la mezcla de sonidos y acordes, y experimentaron con el uso de carátulas, más bien comunes y simples, pero juntos consiguieron que Led Zeppelin en la mente de sus consumidores sea un conglomerado único y original.

7. Bibliografía

- Arnheim, R., (1999). *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza.
- Aumont, J., (1992). *La imagen*. Barcelona: Paidós
- Bellón, M., (2011) *Surcos del pop*. Bogotá: Aguilar.
- Bañuelos, J. (2008) *Fotomontaje*. Madrid: Editorial Cátedra.
- Bañuelos, J. (2018) Poética y retórica del fotomontaje: Límites teóricos. *Lo fotográfico: entre lo analógico y digital. deSignis Serie Transformaciones* (28). 47-57. Recuperado de: <http://designisfels.net/publicaciones/revistas/28.pdf>
- Barthes, R., (1982). *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barthes, R., (2001). *La torre Eiffel: textos sobre la imagen*. Barcelona: Paidós.
- Canga, M. (2007). Hipérboles del deseo en el discurso publicitario. Nota sobre el caso Breil. *Pensar la Publicidad. Vol. I*. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/viewFile/PEPU0707220147A/15680>
- Canga Sosa, M. (2013). Imágenes y Valores en la Campaña Publicitaria de Autocontrol. *Pensar la Publicidad. Vol. 7* (1) 175-188. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/42442>
- Canga Sosa, M., (2015). La opacidad de lo visible: apuntes sobre imagen y realidad. *Opción*, 31 (4), 236-248. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31045569019>
- Eco, U., (1995) *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Editorial Lumen.
- González Requena, J. (1985) Film, discurso, texto. Hacia una teoría del texto artístico. *Revista de Ciencias de la Información*. (2). Recuperado de: www.gonzalezrequena.com
- González Requena, J (1986) ¿Qué se puede hacer con ese objeto llamado texto? *Eutopías, Vol I* (4) Recuperado de: www.gonzalezrequena.com
- González Requena, J. y Ortiz de Zárate, A., (1995). *El spot publicitario. La metamorfosis del deseo*. Madrid: Cátedra.
- González Requena, J., (1997). La imagen: lo semiótico, lo real, lo imaginario. *Sociocriticism. Vol XII*. Recuperado de: www.gonzalezrequena.com
- González Requena, J., (2000). La imagen y la realidad: los registros de la imagen. *El ser de las imágenes. Vol.I*. Recuperado de: www.gonzalezrequena.com

- González Requena, J., (2010). Lo real. *Trama y Fondo: revista de cultura*. Nº29. Recuperado de: www.tramayfondo.com
- González Requena, J. (2015). En Torno a la Quemadura. Teoría del Texto vs Teoría de la Comunicación. *Metodologías I*. 101-142. Recuperado de: www.gonzalezrequena.com
- Hernando Cuadrado, L. A., (1992) Análisis semiótico del mensaje publicitario. *Semiótica y modernidad: actas del V Congreso Internacional de la Asociación Española de Semiótica*. 513-524. Recuperado de: <https://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/8661/CC082art45ocr.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lacan, J., (1983). *El seminario 2: El Yo en la teoría de Freud y en la técnica psicoanalítica*. Barcelona: Paidós.
- Lope Salvador, V. (2012) Leyendo al incoherente Jules Lévy. *Teatro: Revista de Estudios Culturales*. (24) 69-89. Recuperado de: <https://digitalcommons.conncoll.edu/teatro/vol24/iss24/5/>

Listado de figuras

- Steinweiss, A. (1940) Carátula de *Smash Songs Hits* [Figura] Recuperado de: <https://eldefinido.cl/actualidad/plazapublica/6803/este-es-el-origen-de-los-albumes-y-caratulas-de-discos/>
- Hardie, G. (1969) Carátula *Led Zeppelin I* [Figura] Recuperado de: [https://en.wikipedia.org/wiki/Led_Zeppelin_\(album\)#/media/File:Led_Zeppelin_-_Led_Zeppelin_\(1969\)_front_cover.png](https://en.wikipedia.org/wiki/Led_Zeppelin_(album)#/media/File:Led_Zeppelin_-_Led_Zeppelin_(1969)_front_cover.png)
- Shere, S. (1937) Fotografía del accidente del Hidenburg [Figura] Recuperado de: https://en.wikipedia.org/wiki/LZ_129_Hindenburg#/media/File:Hindenburg_burning.jpg
- Hardie, G. (1969) Contra portada de *Led Zeppelin I* [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Juniper, D. (1969) Carátula *Led Zeppelin II* [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Desconocido (1917) Fotografía de la 11ª División Jasta de la Fuerza Aérea Alemana [Figura] Recuperado de: <https://balloonstodrones.com/2018/07/18/the-downfall-of-the-red-baron-lessons-learned-from-the-first-world-war-ace-of-aces/>

- Zacron (1970) Carátula de *Led Zeppelin III* [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Zacron (1970) Disco giratorio *Led Zeppelin III* [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Plant, R., Page, J. (1971) Carátula sin título de Led Zeppelin [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Desconocido (Desconocido) Pintura del leñador [Figura] Recuperado de: <https://www.plasticosydecibelios.com/albumes-historicos-led-zeppelin-iv-1971/>
- Desconocido (1971) Runas de Led Zeppelin [Figura] Recuperado de: <https://www.efeme.com/la-cara-oculta-del-rock-led-zeppelin-un-dirigible-diabolico-primera-parte/>
- Thorsgerson, S., Powell, A. (1973) Carátula de *Houses of Holy* [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Desconocidos (Desconocido) Fotografía de La Calzada de los Gigantes [Figura] Recuperado de: <https://www.efeme.com/las-mejores-portadas-del-rock-led-zeppelin-houses-of-the-holy/>
- Thorsgerson, S., Powell, A. (1973) *Houses of Holy* con su banda de papel [Figura] Recuperado de: <https://www.efeme.com/las-mejores-portadas-del-rock-led-zeppelin-houses-of-the-holy/>
- Corrison, P. (1975) Carátula de *Physical Graffiti* [Figura] Recuperado de: <https://www.coveralia.com/caratulas-de/led-zeppelin.php>
- Desconocido (Desconocido) Fotografía del edificio original que inspiró *Physical Graffiti* [Figura] Recuperado de: https://en.wikipedia.org/wiki/Physical_Graffiti#/media/File:Physical_Led_Zeppelin.jpg

8. Anexos

Breve biografía de Led Zeppelin⁵¹

En 1968 el guitarrista Jimmy Page (1944) formó al grupo británico Led Zeppelin tras la disolución de *The Yardbirds*, esta fue una banda de rock inglesa formada en Londres en 1963 de la que Jimmy Page era miembro. Junto a John Paul Jones (1946), Robert Plant (1948) y John Bonham (1948 – 1980) formaron un cuarteto que marcaría un antes y un después en el panorama musical universal. Su primer nombre fue *New Yardbirds*. Tras una broma de Keith Moon, batería del grupo británico *The WHO*, pronosticando el fracaso de la nueva banda, dijo que “caerían como un zepelín de plomo” (Bellón, 2011: pp. 34-35), naciendo de esta forma el nombre Led Zeppelin.

Su primer LP lo produjo el sello discográfico Atlantic Records en 1969, ofreciéndoles una cuantiosa cantidad de dinero por la exclusividad de la banda. Este disco tendría un sonido que mezclaba el blues con el rock duro. El título del álbum era sencillo y directo: *Led Zeppelin*. El conjunto tiene gran éxito entre el público. Al lanzar su segundo disco, *Led Zeppelin II*, demuestran la versatilidad que tienen para interpretar distintos estilos musicales. Sale a la venta su tercer álbum titulado *Led Zeppelin III*, encabezando la industria musical. Su gran éxito hace que se les considere uno de los grupos más atractivos y solicitados del momento. En sus conciertos se mezclan el carácter ambiguo y oscuro de Page con el atractivo de la sensualidad de Plant su cantante.

Durante esta época, algunos críticos definieron al grupo como montaje comercial. Esta afirmación no fue aceptada por los integrantes de la banda. Como respuesta a las críticas negativas, publican su cuarto disco sin título, de esta manera el público escucharía la música del LP sin saber qué conjunto musical es el que estaba tocando. Este álbum se conoce popularmente como *Untitled* o *Led Zeppelin IV*, para dar continuidad a la saga de sus publicaciones. Irónicamente, este proyecto fue el LP más exitoso de Led Zeppelin, siendo el cuarto álbum más vendido de la historia según la RIAA (*Recording Industry Association of America*), asociación americana que integra a la mayoría de las discográficas y certifica las ventas en los Estados Unidos. Durante esta época, se aprecia un cambio en la

⁵¹ Recuperado de: <https://www.alohacriticon.com/musica/grupos-y-solistas/led-zeppelin/> Consultado el 27 de abril del 2020

estética de la banda musical, visten prendas más llamativas, vistosos collares y joyas extravagantes, acorde a la estética de las otras estrellas de rock de la época.

En el año 1973 se publica *Houses of the Holy*, cuya carátula fue muy controvertida. Después de la publicación de este disco, para evitar conflictos con discográficas y productoras, deciden crear su propio sello discográfico: *Swan Song*. En 1975 sale a la venta *Physical Graffiti*, siendo el primer disco que se publica bajo su sello personal. Al año siguiente, graban y lanzan *Presence* (1976), el séptimo álbum del conjunto. Paralelamente se edita un disco en directo llamado *The Song Remains The Same*; en esta grabación se escucha el concierto que celebraron en el Madison Square Garden de Nueva York, que tuvo la duración de tres noches, representando el cierre de su gira americana. Acompañando los videos del concierto se aprecian escenas de fantasía que fueron pensadas por los propios integrantes de la banda. En 1978, se graba su último disco de estudio *In Through The Out Door*, que se publica un año después.

Tras la muerte a causa del excesivo consumo de drogas del baterista John Bonham en 1980, el resto del grupo se separa definitivamente. Por obligación contractual, sale a la luz *Coda* en 1982; este álbum está compuesto por canciones que se descartaron de sus discos anteriores.

A día de hoy, Jimmy Page, Robert Plant y John Paul Jones celebran conciertos esporádicamente, teniendo como baterista al hijo del difunto John Bonham.

Recopilación de las carátulas oficiales de Led Zeppelin



Figura 17. Presence (1976)



Figura 18. The Song Remains the Same (1976)

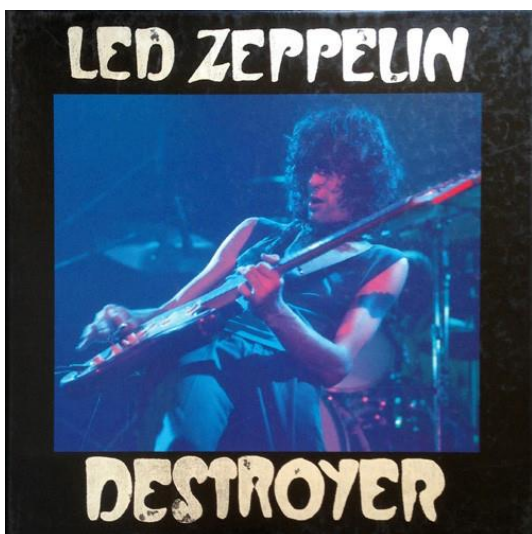


Figura 19. Destroyer (1977)

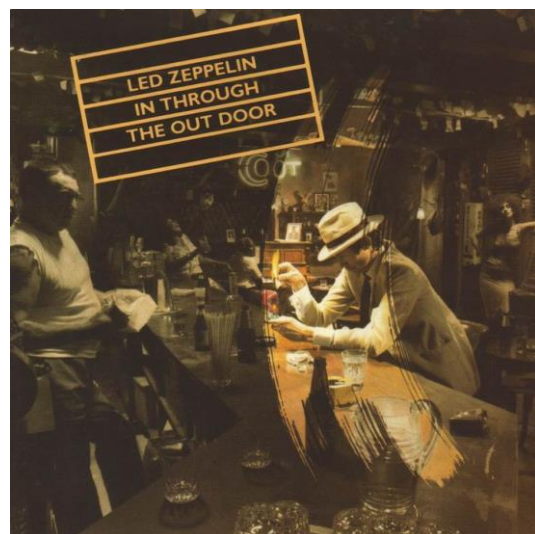


Figura 20. In Through the Out Door (1979)

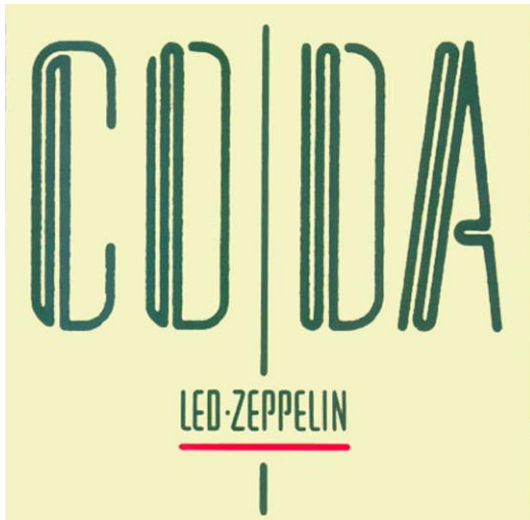


Figura 21. Coda (1982)

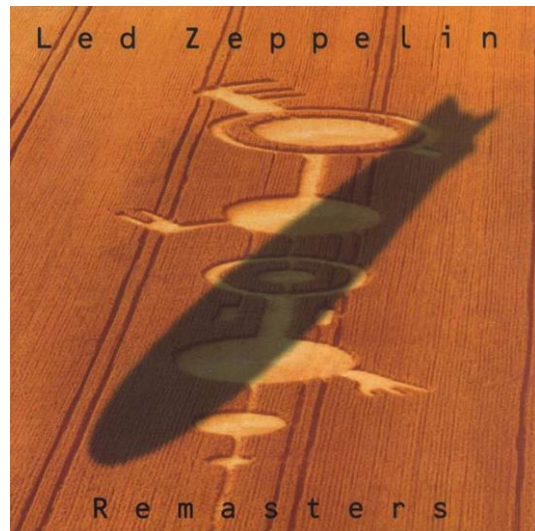


Figura 22. Remasters (1990)

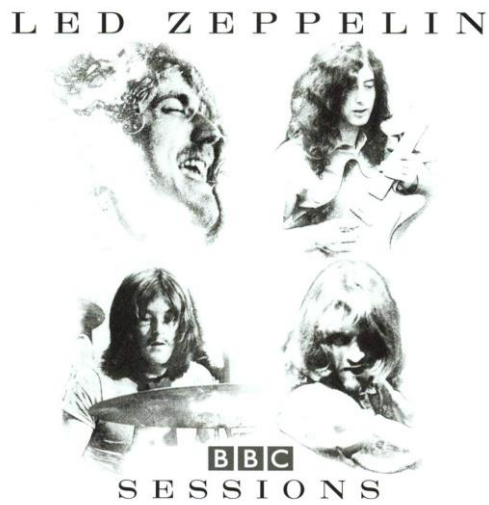


Figura 23. BBC Sessions (1997)



Figura 24. Early Days (1999)

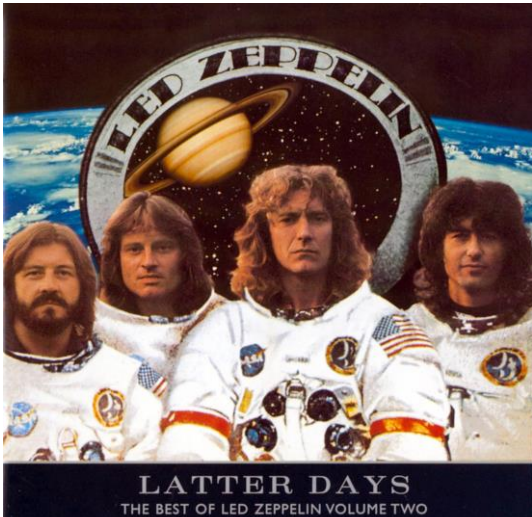


Figura 25. Latter Days (2000)



Figura 26. Early Days & Latter Days (2002)

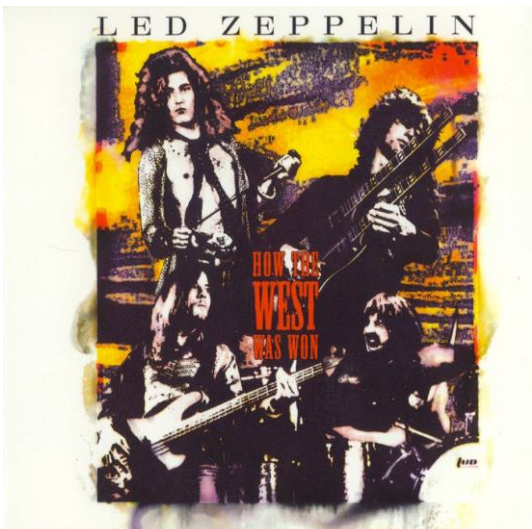


Figura 27. How the West was Won (2003)



Figura 28. Mothership (2007)

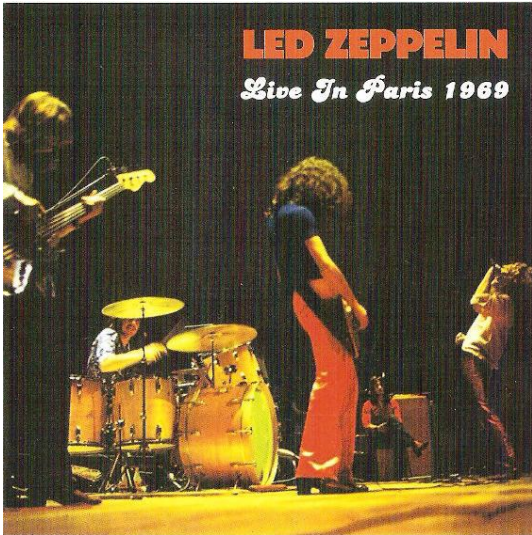


Figura 29. Live in Paris 1969 (2007)



Figura 30. Celebration Day (2012)