



DOI: [10.26807/cav.v11i21.652](https://doi.org/10.26807/cav.v11i21.652)

TEMAS DEL ARTE

# LA PERCEPCIÓN DE LA MÚSICA CLÁSICA A PARTIR DEL ANÁLISIS VISUAL DE LAS PORTADAS DE DISCOS DEL SELLO DISCOGRÁFICO DEUTSCHE GRAMMOPHON

**Perception of Classical Music through the Visual Analysis  
of Album Covers from the Deutsche Grammophon Record  
Label**

**Rafael Omar López Pérez**

ISSN (e): 2477-9199

Fecha de recepción: 06/09/25

Fecha de aceptación: 26/01/26

López Pérez, R. O. La percepción de la música clásica a partir del análisis visual de las portadas de discos del sello discográfico deutsche grammophon . *Index, Revista De Arte contemporáneo*, 11(21). <https://doi.org/10.26807/cav.v11i21.652>

## Resumen:

Esta investigación analiza el impacto de las portadas de álbumes del sello Deutsche Grammophon en la percepción contemporánea de la música clásica. Desde un enfoque interdisciplinario que articula semiótica visual, estética de la recepción y cultura visual, se examina cómo los elementos gráficos inciden en la construcción de significados musicales. El estudio desarrolla un análisis cualitativo de tres portadas emblemáticas: *Beethoven: 9 Symphonien*, dirigido por Herbert von Karajan (1963); *Mahler: Sinfonía n.º 5*, con Claudio Abbado (1994); y *Bach: Transcriptions, de Hélène Grimaud* (2009). Se consideran color, tipografía, composición e iconografía en relación con sus contextos históricos y culturales. Los resultados evidencian una transformación en la representación del intérprete, desde la autoridad simbólica hasta la introspección contemporánea. Las portadas funcionan como dispositivos de mediación cultural que orientan la escucha, activan imaginarios y resignifican la experiencia musical.

## Palabras clave:

música clásica; cultura visual; semiótica; diseño gráfico; estética de la recepción.

## Abstract:

This research analyzes the impact of Deutsche Grammophon album covers on the contemporary perception of classical music. Through an interdisciplinary approach that brings together visual semiotics, reception aesthetics, and visual culture, it examines how graphic elements contribute to the construction of musical meaning. The study develops a qualitative analysis of three emblematic covers: *Beethoven: 9 Symphonien*, conducted by Herbert von Karajan (1963); *Mahler: Symphony No. 5*, with Claudio Abbado (1994); and *Bach: Transcriptions*, by Hélène Grimaud (2009). It considers color, typography, composition, and iconography in relation to their historical and cultural contexts. The results reveal a transformation in the representation of the performer, from symbolic authority to contemporary introspection. Album covers function as devices of cultural mediation that guide listening, activate imaginaries, and resignify the musical experience.

## Key Words:

classical music; visual culture; semiotics; graphic design; reception aesthetics

## Biografía:

Rafael Omar López Pérez es Licenciado en Música en el área de Guitarra por el Conservatorio de las Rosas, Morelia, Michoacán. En 2021 obtuvo, con mención honorífica, la Maestría en Dirección y Gestión de Proyectos Artísticos y Culturales por la Universidad Autónoma de Querétaro. Durante su formación ha participado en cursos y clases magistrales con destacados artistas como Leo Brouwer, Carlos Bonell, David Russell, Zoran Dukic, Denis Azabagic y Judicaël Perroy, entre otros. Ha sido finalista y ganador de diversos premios en concursos nacionales de guitarra. Desarrolla una actividad constante como solista y en ensambles, abordando repertorios de distintos géneros, estilos y épocas, desde el siglo XVI hasta el XXI, incluyendo estrenos de compositores contemporáneos. Desde 2012 es docente de la Facultad de Artes de la UAQ y director artístico del Ensemble Multi Instrumental de dicha facultad. Código de identificación ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9538-2790>

## Introducción

La música ha servido, desde su inicio, como una expresión cultural profundamente entrelazada con el disfrute auditivo. Sin embargo, la forma en que se manifiesta en el contexto actual está estrechamente ligada con diversos apoyos visuales que conectan la obra, el intérprete y los espectadores. Desde esta perspectiva, las carátulas de los discos se han convertido en un elemento que complementa el fenómeno de la música. Estas portadas han pasado de ser elementos meramente decorativos para dar forma visual y asociativa a la música. Lejos de limitarse a una función comercial, influyen significativamente en su representación, particularmente de la clásica, sirviendo como puentes culturales para decodificar y reformular el simbolismo visual del contenido sonoro.

Este texto busca explorar cómo los elementos visuales, entre ellos, las imágenes y los símbolos, presentes en las portadas discográficas, influyen en la forma en que se entiende o percibe la música. A través de un enfoque interdisciplinario, en el que se integran la semiótica de la imagen, la estética de la percepción y los estudios sobre la música se busca evidenciar cómo las elecciones visuales acompañan, integran o dirigen la experiencia auditiva de la música clásica. La premisa de partida es que cada elemento visual representa un discurso o mensaje y que, desde el intercambio visual con los receptores o perceptores, se establece una comunicación con los elementos sonoros, creando una experiencia estética compleja y multisensorial.

Según Eco (1981), la interpretación de una imagen depende del “lector modelo” implicado, lo que implica que una misma portada puede generar múltiples lecturas según

el contexto cultural del receptor. Asimismo, la estética de la recepción de Jauss (1982) subraya que el significado de la imagen no es fijo: cambia con el tiempo y con los horizontes de expectativas de cada época. El público actual no percibe una portada de los años sesenta como la percibían los oyentes de entonces; su comprensión está mediada por el contexto histórico y cultural. Lipovetsky y Serroy (2009) señalan que la imagen contemporánea busca “una verdad sensible, una transparencia emocional que la vuelva creíble” (p. 26). Esto sugiere que los diseñadores de portadas actuales, incluso en la música clásica, procuran transmitir autenticidad y conexión emocional a través de la imagen.

La presente investigación se centra en el análisis cualitativo de algunas portadas emblemáticas del sello discográfico Deutsche Grammophon (DG), con el fin de identificar patrones visuales, imágenes comunes, técnicas comunicativas y cambios en la manera de representar la música clásica. Este análisis considera elementos como la aplicación del color, la composición, las fuentes tipográficas, las representaciones de figuras o escenas, y la fusión de motivos sociales, culturales y artísticos. Del mismo modo, se busca identificar cómo los elementos visuales influyen en la percepción pública, examinando lo que las imágenes evocan, las ideas preconcebidas que representan, así como las emociones y significados relacionados con la música.

Para efectos de establecer los referentes, se consideraron 3 portadas de diferentes épocas y cuyo elemento común fuese la imagen o fotografía del intérprete/director. Cada portada de DG se examinará como una narrativa visual que transmite un mensaje simbólico, en lugar

de ser percibida como un mero “contenedor” gráfico.

Emile Berliner estableció Deutsche Grammophon en 1898, que contiene la distinción de ser el sello clásico más antiguo del mundo. A lo largo de su historia, ha preservado una identidad de marca distintiva: en 1957, lanzó el icónico amarillo con una corona de tulipán, diseñada por Hans Domizlaff (figura 1). Este elemento gráfico se convirtió en sinónimo de calidad y tradición. Como señala Herrscher (2022), durante su época dorada, “la etiqueta amarilla con corona de tulipanes... era sinónimo de un espíritu elevado, en el firmamento de los grandes maestros”. Simultáneamente, DG reclutó a directores y solistas de renombre (Karajan, Abbado, Barenboim, entre otros) y grabó obras icónicas; por ejemplo, las nueve sinfonías de Beethoven por Karajan en 1963 que se convirtieron en un hito comercial y artístico, tras lo cual el director se instituyó como la estrella del sello durante décadas. Recientemente, DG ha buscado también renovarse: según Herrscher (2022), el sello ha experimentado fotografiando a “jóvenes intérpretes en discotecas”, así como ídolos pop, intentando atraer nuevos públicos. Todo ello indica que, sin perder su legado, DG adapta su estrategia visual a los nuevos tiempos.



Figura 1. Logotipo de Deutsche Grammophon.

En virtud de ello, el propósito es analizar el impacto de los componentes visuales de las portadas de DG en la percepción de la audiencia de la música clásica. Para ello, se establece un contexto histórico inicial del sello, seguido de un marco teórico que profundiza en la semiótica de la imagen, la estética de la recepción y los elementos de la cultura visual moderna. Se realiza un estudio cualitativo en tres portadas de álbumes emblemáticos (Karajan-Beethoven 1963, Abbado-Mahler 1994, Grimaud-Bach 2009). En cada caso, la selección de la portada está corroborada por su importancia artística e histórica, y su narrativa visual se alinea con el marco teórico.

En conjunto, se busca demostrar que la dimensión gráfica de la carátula integra un discurso cultural que acompaña y enriquece la experiencia auditiva de la música clásica, moldeando sus imaginarios estéticos contemporáneos.

## Antecedentes del sello Deutsche Grammophon

### Tradición e identidad visual histórica

DG fue fundada en 1898 en la ciudad de Hannover por Emile Berliner. Desde sus inicios, el sello se enfocó en la alta fidelidad sonora y en el reclutamiento de figuras destacadas del mundo musical, al tiempo que cultivó una sólida imagen de marca. En las primeras décadas del siglo XX, utilizó el icónico logotipo del perro *Nipper* (*His Master's Voice*) hasta 1949 (figura 2), cuando perdió los derechos sobre dicha imagen. A partir de entonces, adoptó la reconocible corona de tulipanes amarilla, la cual ha perdurado hasta la actualidad como símbolo distintivo de su catálogo.



Figura 2. Logotipo histórico *His Master's Voice*.

Este recuadro amarillo, ubicado de forma prominente en la portada, ocupando casi un tercio del diseño, funcionó como un signo diferenciador inmediato. La estética general del sello se caracterizó por una paleta de colores sobrios, una composición centrada en la figura del intérprete o del director, y tipografías refinadas que evocaban la tradición clásica.

Uno de los hitos visuales más influyentes ocurrió en 1963, con el lanzamiento del registro de las Sinfonías de Beethoven dirigidas por Herbert von Karajan. La portada, en la que aparece Karajan en primer plano con un estilo sobrio y teatral, marcó un punto de inflexión: desde entonces, Karajan se convirtió en imagen viva del sello, simbolizando autoridad artística

y prestigio. En años posteriores, durante la transición al formato CD, DG lanzó algunas ediciones “vintage” que replicaban el diseño de los antiguos vinilos, además de diversificar su imagen con etiquetas específicas para música de cámara o barroca.

### Adaptaciones contemporáneas y contexto actual

En el siglo XXI, DG ha mostrado una notable capacidad de adaptación a los nuevos medios y contextos culturales. Con la llegada del DVD, y más recientemente del *streaming*, el sello ha experimentado con lenguajes visuales contemporáneos. Las portadas comenzaron a presentar retratos cercanos de solistas, montajes conceptuales o diseños minimalistas, siempre conservando la presencia del logotipo amarillo, aunque este ha sido en algunos casos reducido, reubicado o estilizado para dialogar con las tendencias gráficas modernas.

Actualmente, DG combina su autoridad visual clásica con una sensibilidad contemporánea. Se han incorporado elementos de diseño global como tipografías *sans serif*, composiciones asimétricas y fotografía directa, todo ello con la intención de atraer a audiencias más jóvenes (Herrscher, 2022). Como se ha señalado desde el campo del diseño gráfico musical, el diseño gráfico musical no solo adorna, sino que organiza una interpretación ideológica de lo que se escucha. Este equilibrio entre tradición y renovación confirma que, para el sello discográfico, la carátula no solo comunica qué disco se vende, sino también qué valores culturales se promueven con esa música.

Estos antecedentes históricos y estilísticos sientan las bases para el análisis

de las portadas emblemáticas seleccionadas, las cuales serán interpretadas a la luz de esta identidad visual en evolución, que ha sabido conservar sus raíces mientras dialoga con los imaginarios culturales de cada época.

### Marco teórico

El análisis de las portadas de discos se nutre de enfoques provenientes de varias disciplinas que permiten comprender la imagen como un medio de comunicación cultural y simbólica. Para realizarlo se cruzan fundamentos de la semiótica visual, la estética de la recepción, los estudios de cultura visual contemporánea y la psicología del diseño gráfico, todas articuladas para descifrar los elementos visuales que configuran la experiencia estética y comunicativa de una carátula musical.

Desde la semiótica de la imagen, se entiende que toda composición visual opera como un sistema de signos. Umberto Eco (1981) sostiene que interpretar una imagen implica reconocer los códigos culturales que subyacen a cada uno de sus componentes. Así, un color, una forma geométrica o una tipografía no son neutros: funcionan como signos que evocan sentidos compartidos. Por ejemplo, una tipografía con remates (*serif*) puede remitir a lo clásico o tradicional, mientras que una tipografía *sans serif* sugiere modernidad, dinamismo o ruptura. En este marco, una portada de disco no “ilustra” la música de manera objetiva, sino que la traduce visualmente en un discurso cultural codificado.

Este enfoque se complementa con las ideas de Brea (2005), quien sostiene que “la imagen en el arte contemporáneo no representa, sino que instituye formas de

presencia simbólica”. En otras palabras, la imagen no reproduce la realidad, sino que construye significados simbólicos: por ejemplo, la fotografía del director en la portada del disco *Beethoven/Karajan* (figura 3) funciona menos como un retrato documental y más como un emblema de autoridad artística.

La estética de la recepción, desarrollada por Jauss (1982), incorpora la figura del público en la interpretación de la obra visual. Esta perspectiva sostiene que la imagen no se completa en su emisión, sino que cobra sentido en el acto de ser vista e interpretada. Cada espectador aporta un “horizonte de expectativas” condicionado por su contexto histórico, cultural y emocional. Por tanto, una portada diseñada en los años sesenta, como aquellas que reflejan solemnidad y grandiosidad, será interpretada de manera distinta por un público contemporáneo acostumbrado a códigos visuales más cercanos al diseño editorial, la publicidad o la estética digital.

Además, los estudios de cultura visual contemporánea permiten comprender la portada como un producto simbólico que opera en un entramado más amplio de signos, emociones y discursos sociales (Mirzoeff, 2002; Rose, 2016). Debray (1994) define la imagen moderna como “una interfaz sensible entre lo real y lo simbólico”, lo que significa que en una portada se cruzan el intérprete como sujeto real, su representación visual y la construcción simbólica de su figura. De ahí que el rostro de Karajan en una portada no sea solo el de un músico, sino también el de una idea de excelencia, disciplina y prestigio. En esta misma línea, Lipovetsky y Serroy (2009) señalan que en la cultura hipermoderna el

espectador busca en la imagen “una verdad sensible”, una autenticidad emocional que refuerce el vínculo afectivo con lo representado. Por eso, muchas portadas actuales optan por retratos cercanos, expresiones naturales o detalles que evocan intimidad.

Por otra parte, la psicología del diseño gráfico, especialmente a través de la teoría de la Gestalt, ayuda a comprender cómo se perciben y organizan visualmente los elementos de una portada (Arnheim, 1974; Ware, 2013). Leyes como la proximidad, la simetría o la tensión visual explican por qué ciertas composiciones resultan más armónicas o impactantes. Por ejemplo, colocar el rostro del artista en una esquina y el logotipo de DG en la esquina opuesta activa una tensión visual que guía la mirada del espectador. De igual modo, los estudios sobre la simbología del color aportan claves interpretativas: el negro suele asociarse a elegancia y autoridad; el rojo a intensidad o pasión; el amarillo, color característico de DG, a viveza y creatividad.

Una vez establecidos estos marcos conceptuales generales, es posible abordar el caso específico del sello DG y el análisis de las portadas. Estas carátulas funcionan como textos visuales que condensan significados simbólicos, posicionan al intérprete y proyectan valores estéticos de acuerdo con cada época.

## Metodología

Para llevar a cabo el proceso de análisis se partió de un enfoque cualitativo. Se seleccionaron las siguientes tres portadas que, como ya se ha mencionado, estas se eligieron por su carácter emblemático y representatividad histórica:

1. *Beethoven: Die Symphonien – Herbert von Karajan (1963)*, grabación clave en la era del vinilo.

2. *Mahler: Sinfonía No. 5 – Claudio Abbado (1994)*, representativa del CD y la época contemporánea.

3. *Bach: Transcripciones – Hélène Grimaud (2009)*, reflejo de tendencias digitales y diseño minimalista reciente.

Cada una de estas portadas abarca una época distinta, así como estilos visuales claros, además de contar con músicos/directores de amplio renombre. De este modo, se puede analizar una evolución estética en la iconografía de DG. Para cada portada, se realizó un análisis visual sistemático. Primero, se efectuó una descripción formal detallada de los elementos gráficos:

- Color: identificación de la paleta cromática dominante (por ejemplo, fondo negro, acentos rojos), contraste de luces y sombras, simbolismos posibles.
- Tipografía: familia tipográfica, tamaño y jerarquía textual, disposición del texto, lectura, relación texto-imagen.
- Composición: disposición de la figura humana (posición, plano fotográfico), espacios vacíos, ángulos predominantes y equilibrio visual.
- Iconografía: presencia de símbolos (instrumentos musicales, objetos, escenas, logos corporativos) y su significado contextualizado.

Se cuantificó parcialmente la presencia de

elementos (p.ej. proporción de área ocupada por la figura vs. fondo) cuando fue relevante para visualizar la estructura del diseño. De igual forma, se documentaron las posiciones relativas (p.ej. retrato en primer plano vs. distancia, esquina del logo).

Junto con la observación directa de las imágenes, cada caso se contextualizó históricamente: se recopiló información sobre el repertorio grabado, la fecha de publicación, el intérprete o director, y el clima cultural del momento. Por ejemplo, se indagó en reseñas discográficas de 1963, en comunicados del sello para Abbado (1994) y en entrevistas con Grimaud (2009). Esta contextualización permite entender las posibles intenciones comunicativas: saber si una portada buscaba enfatizar el virtuosismo de Karajan en la Europa postbélica, o conectar el Mahler de Abbado con valores de los noventa, etc.

El análisis siguió un procedimiento descriptivo-interpretativo en dos fases:

- Descripción formal: en cada portada se listaron objetivamente los componentes gráficos observables (colores, tipos de letra, elementos en la imagen) respondiendo a ¿qué vemos?
- Interpretación semiótica: seguidamente se utilizó el marco teórico para explicar ¿qué comunica o sugiere este diseño? Para ello se aplicó la teoría: por ejemplo, se vinculó el uso del negro con la idea de solemnidad (psicología del color), o se reconoció la aplicación de la ley de tensión (Gestalt) en la ubicación de elementos clave. También se incorporaron citas y ejemplos académicos que apoyan las

interpretaciones: por ejemplo, se citó a Debray (1994) sobre la imagen como interfase simbólica, o a Fontcuberta (2010) sobre la portada que “contextualiza y resignifica culturalmente” la música, para fundamentar cómo la imagen moldea la experiencia auditiva.

La investigación es de tipo cualitativo, incorporando también un análisis hermenéutico, alineado a los estudios de arte y comunicación visual. Se compara cada caso para evidenciar patrones (por ejemplo, cambios de estilo) y se justifica detalladamente por qué las portadas seleccionadas ilustran los “imaginarios visuales” de DG. Este análisis integrado garantiza rigor académico: cada afirmación interpretativa se sustenta en la observación gráfica y en referencias especializadas, siguiendo el principio de triangulación teórica (Denzin, 1978). En suma, la metodología une la evidencia visual empírica con marcos conceptuales claros para explicar cómo y por qué esas portadas afectan la percepción de la música.

### Primera portada

Beethoven: 9 Symphonien – Herbert von Karajan (1963)



Figura 3. *Beethoven: 9 Symphonien*, Herbert von Karajan. Deutsche Grammophon, 1963.

### Análisis visual, semiótico y contextual de la portada

Esta portada representa un hito en la construcción de la imagen del director como figura icónica. El diseño se caracteriza por una estética sobria, dramática y altamente simbólica, acorde con los valores de autoridad, excelencia y solemnidad que la marca buscaba transmitir en la década de 1960. En cuanto a los elementos analizados, se identificó lo siguiente:

Color: predomina una paleta oscura en tonos negros, marrones y grises. El fondo es neutro y opaco, lo que permite centrar toda la atención en el rostro del director. La iluminación tenue enfatiza el dramatismo y las sombras, reforzando la seriedad del gesto. El nombre del director aparece en rojo intenso, en contraste con el blanco del resto del texto, creando una jerarquía visual clara que subraya su protagonismo.

Tipografía: se utilizan dos colores, blanco para *Beethoven* y *Berliner Philharmoniker*, y rojo para “Herbert von Karajan”, que es el centro de atención. La fuente es de estilo clásico con serifas, evocando tradición y solemnidad. La disposición es centrada y jerarquizada, con una alineación que equilibra texto e imagen.

Composición: el rostro de Karajan ocupa el lado inferior derecho, en una pose introspectiva y ligeramente diagonal hacia abajo. Su expresión es solemne, pensativa, con la mirada baja, lo que denota concentración y profundidad emocional. Esta orientación dirige también la mirada del espectador hacia la tipografía inferior. La presencia del brazo doblado refuerza la sensación de recogimiento.

Iconografía: no hay elementos musicales explícitos, pero el rostro de Karajan se convierte en el símbolo central del producto. Su figura encarna la música misma. Esta decisión enfatiza la autoridad del intérprete sobre la obra, algo característico del modelo interpretativo de la época.

Desde la perspectiva de la semiótica de la imagen, esta portada convierte el rostro de Karajan en un signo visual de poder simbólico. Según Eco (1981), cada elemento visual activa códigos culturales específicos. Aquí, el uso del negro y del rojo remite a solemnidad y pasión respectivamente, reforzando el aura de genialidad del director. La ausencia de otros elementos visuales evita distracciones y concentra el mensaje: Karajan *es* Beethoven.

Como señala Brea (2005), la imagen no solo representa, sino que además puede instituir formas de presencia simbólica. En este caso, Karajan no es sólo el ejecutante de las sinfonías, sino el emblema de su interpretación definitiva.

Según Jauss (1982), el sentido de la imagen depende del horizonte de expectativas del espectador. En 1963, el público asociaba esta estética sobria con la tradición alemana de música culta y con el director como figura de autoridad. Hoy, en cambio, esta imagen puede percibirse como distante, solemne e incluso jerárquica, en contraste con los ideales actuales de cercanía e intimidad en la interpretación musical.

La imagen encarna lo que Lipovetsky y Serroy (2009) llamaron “estética de la autoridad”. A diferencia de la estética emocional y transparente de los años noventa y dos mil, aquí se impone una imagen de rigor, control y monumentalidad. Karajan aparece como figura distante, casi marmórea, cuya autoridad no necesita explicitarse mediante objetos, sino que se impone desde su sola presencia.

El logotipo de DG, con su característico cartucho amarillo, se presenta discretamente en la esquina superior derecha. Aunque es un

elemento pequeño, su color vivo lo convierte en un punto de anclaje visual que contrasta con el resto de la portada, alineándose con el principio de tensión visual de la Gestalt.

La portada proyecta un modelo visual clásico y jerárquico, propio de la llamada “época dorada” del vinilo. La elección de colores, el encuadre cerrado, el uso sobrio de la tipografía y la iconografía centrada exclusivamente en el director consolidan una imagen de poder simbólico y autoridad interpretativa. Esta portada no acompaña la música, sino que instituye su significado desde lo visual: escuchar estas sinfonías es entrar en el universo de Karajan, más que de Beethoven

## Segunda portada

Mahler: Sinfonía No. 5 – Claudio Abbado (1994)



Figura 4. Mahler: Sinfonía n. º 5, Claudio Abbado. Deutsche Grammophon, 1994.

En esta portada (figura 4) prima una estética limpia y natural. Abbado ocupa el centro de la imagen, sobre un fondo gris neutro y difuminado. Su rostro, captado casi de frente, ligeramente de perfil, aparece iluminado uniformemente; no hay sombras fuertes que oculten detalles. La fotografía transmite cercanía. Abbado luce sereno, con los ojos casi cerrados y una expresión concentrada, melancólica. La piel y el traje se ven en colores naturales (tonos ceniza y azul oscuro), sin ningún filtro que dramatice la escena. Este tratamiento recuerda más a un retrato documental que a uno sobreactuado.

La estética compositiva coincide con las tendencias de los años noventa: se prioriza la autenticidad y la honestidad en la imagen. Según Lipovetsky y Serroy (2009), aquel sujeto posmoderno anhelaba imágenes “más limpias, emocionales y cercanas” (p. 48). De hecho, Abbado aparece prácticamente como un igual ante el oyente, no como un semidiós. Su expresión suave invita a la empatía en lugar de intimidar. En los noventa se buscaba “una transparencia emocional que haga creíbles” las imágenes (p. 50), y esta portada cumple con ese ideal: transmite honestidad y accesibilidad. Pareciera decirnos que la interpretación de Mahler será sincera y humana, sin artificios, porque el mismo maestro mira con naturalidad.

Un punto de contraste cromático destaca notablemente: el logotipo amarillo de DG en la esquina superior actúa como ancla visual. Diversos estudios sobre percepción visual (Michalski & Grobelny, 2012; Dresplangley & Reeves, 2020) señalan que el contraste cromático facilita la detección preatencional de elementos destacados. Así, el espectador primero lee el nombre del sello y del álbum, antes de fijar la mirada en el protagonista. Esta elección puede interpretarse como un recordatorio de que, a pesar de la sencillez, estamos frente a un producto DG, con su estándar de calidad. No obstante, luego la mirada baja hacia la imagen del director. Cabe notar que el área ocupada por Abbado es mayor que en la portada de Karajan (aproximadamente dos tercios del encuadre), pues aquí no hay tanto espacio en negro vacío. Esto refuerza la sensación de proximidad: Abbado casi nos “ocupa” el campo visual.

La tipografía en esta portada es discreta y moderna: un tipo geométrico *sans*

*serif*, de color blanco sobre gris. Los textos (Mahler, Sinfonía No. 5, Claudio Abbado) están centrados horizontalmente en la parte superior, en orden descendente. Su diseño es sobrio y legible, sin adornos adicionales. Este estilo refuerza la atmósfera de claridad: no hay ornamentos, lo cual sugiere que la comunicación aquí es directa. La alineación y el espaciado proporcionan equilibrio; la apariencia general es limpia. En contraste con la portada anterior, donde el texto rojo creaba drama, aquí todo es moderado: blanco sobre gris que transmite calma.

En conjunto, esta portada proyecta modernidad y humanidad. La combinación de Abbado centrado con un fondo neutro transmite orden y transparencia. Lipovetsky y Serroy (2009) lo describirían como la encarnación de la “estética de la transparencia” de la época: la imagen habla por sí misma y no busca misterio añadido. El recuadro amarillo, aunque presente, deja que la imagen predomine visualmente. El retrato sugiere que la música clásica es algo cercano y comprensible. Las decisiones gráficas invitan al oyente a pensar que Mahler será interpretado de manera accesible y sincera, como por un maestro que “baja del atril” hacia el público. En suma, habla de una sinfonía presentada sin grandilocuencia externa, pero con honestidad interpretativa.

### Tercera portada

Bach: Transcripciones – Hélène Grimaud (2009)



Figura 5. *Bach: Transcripciones*, Hélène Grimaud. Deutsche Grammophon, 2009.

La portada de *Bach: Transcripciones* interpretada por la pianista Hélène Grimaud (2009) adopta una estética todavía más intimista. La imagen está filtrada en tonos sepia cálidos, otorgando a la escena una cualidad atemporal y nostálgica. La protagonista aparece de pie junto a un piano de cola, inclinada sobre el instrumento, mientras un rayo de luz lateral destaca su figura. El fondo es oscuro y se difumina en la periferia, creando un halo dorado alrededor de la artista. Esta iluminación suave da sensación de recogimiento: parece un momento suspendido, íntimo y silencioso. Destaca de inmediato la presencia del piano de cola. Este elemento no es simplemente utilitario; funciona como un símbolo inequívoco de la música clásica, de hecho, es un motivador icónico, su mera aparición nos informa instantáneamente que se trata de un repertorio clásico pianístico.

En la imagen (figura 5), el piano ocupa un espacio prominente en el tercio inferior, con Grimaud apoyada en él. La posición sugiere comunión entre músico e instrumento: ella parece absorta, sumida en su música. Su rostro está parcialmente iluminado, reflejando concentración y quizás un toque de melancolía. No hay gesto de saludo ni mirada al espectador; ella está inmersa en la escena, invitando a quien observa a entrar en ese mismo espacio personal. La paleta de color envuelve la portada en calidez. Este tono suave remite a fotografías antiguas, conectando la obra de Bach con la tradición clásica. También atenúa el contraste del negro habitual de DG, y el logotipo amarillo reaparece en la esquina superior, aunque aquí se percibe menos contrastante. Nuevamente hay un equilibrio según la Gestalt: el rostro de la pianista en la esquina inferior

izquierda contrasta con el logo amarillo en la esquina superior derecha, generando tensión visual. Sin embargo, el filtro sepia fusiona los elementos de manera más homogénea, de modo que el logo no impone tanto como en la portada de Abbado. En general, la escena se siente contemplativa.

La tipografía usada es similar a la portada anterior: moderna y *sans serif*, de color claro, ubicada discretamente en la parte superior sobre el fondo oscuro. El nombre del álbum y de la intérprete aparecen de forma legible, pero no invasiva. La combinación de espacios vacíos (mayor en esta portada que en las anteriores) con la tipografía fina refuerza la elegancia y el minimalismo. La portada transmite que el contenido (las transcripciones de Bach) es algo que debe vivirse de forma tranquila y reflexiva.

En síntesis, esta portada simboliza la unión de tradición y sensibilidad contemporánea. El piano y el tono sepia apelan a la herencia de Bach, mientras que el encuadre íntimo y el diseño despejado hablan de un músico reinterpretado en clave personal. Debray (1994, p. 184) ha dicho que la imagen moderna es “una interfaz sensible entre lo real y lo simbólico”; aquí Grimaud, lo real, se convierte en un enlace simbólico con Bach. La carátula invita a un acto de escucha introspectiva: el oyente se prepara para oír a Bach no como inalcanzable, sino como experiencia íntima del intérprete.

De esta manera, el análisis comparativo de las portadas pone en evidencia no solo transformaciones gráficas, sino también, cambios significativos en la manera en que se representan y perciben las figuras musicales. Las imágenes seleccionadas no solo ilustran

un producto, sino que construyen significados culturales que enriquecen, orientan y, en algunas ocasiones modifican, la experiencia del oyente. Al situar al intérprete como centro visual y simbólico, se establece un puente estético entre la tradición musical y la sensibilidad contemporánea, confirmando que la música clásica no solo se escucha, sino que también se contempla, se decodifica y se resignifica desde lo visual.

## Conclusiones

Finalmente, a partir del análisis de estas tres portadas emblemáticas del sello Deutsche Grammophon: Karajan (1963), Abbado (1994) y Grimaud (2009), es posible identificar una serie de constantes estéticas y simbólicas que revelan cómo lo visual participa activamente en la construcción del significado musical. En primer lugar, se constata que la figura del intérprete o director es central en la narrativa visual, funcionando como mediador simbólico entre la obra musical y el público. La imagen de Karajan encarna la autoridad; la de Abbado, la cercanía emocional; y la de Grimaud, la introspección personal. Esta evolución refleja cambios en los modelos de recepción musical, así como en los valores socioculturales que rodean a la música clásica.

En segundo lugar, las portadas comparten el uso estratégico de elementos gráficos como el color, la tipografía, la composición o la luz para activar significados culturales específicos. El negro y el rojo dramatizan; el gris transmite transparencia; el sepia sugiere calidez nostálgica. Las tipografías evolucionan del clasicismo con serifas a la sobriedad moderna, de los tipos *sans serif*. El logotipo amarillo de DG, constante a lo largo de las décadas, funciona como ancla identitaria

que une todas estas transformaciones bajo una misma tradición editorial y conceptual.

Por último, se confirma que las portadas no son meros envoltorios gráficos, sino auténticos dispositivos de mediación cultural que integran lo visual y lo sonoro. Cada diseño establece una forma de leer la música antes de escucharla: prepara la escucha, la contextualiza y la resignifica. La imagen se convierte así en un puente simbólico entre el contenido auditivo y las expectativas estéticas del receptor. En línea con lo planteado por Debray (1994) y Fontcuberta (2010), estas portadas funcionan como interfaces sensibles que inscriben la experiencia musical en un horizonte de significados culturales más amplio.

En suma, el estudio demuestra que la dimensión visual de la música clásica, particularmente en el caso de un sello con identidad tan sólida como Deutsche Grammophon contribuye activamente a moldear los imaginarios contemporáneos sobre esta tradición artística. Al integrar semiótica, estética de la recepción y cultura visual, se hace evidente que escuchar música clásica hoy es también, en gran medida, una experiencia visual e interpretativa.

## Referencias bibliográficas

- Arnheim, R. (1974). *Arte y percepción visual*. Alianza Editorial.
- Brea, J. L. (2005). *La era postmedia: acción comunicativa, prácticas (post)artísticas y dispositivos neomediales*. Ediciones La Mirada.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen: una historia del mirar*. Paidós.
- Denzin, N. K. (1978). *The research act: a theoretical introduction to sociological methods*. McGraw-Hill.
- Dresp-Langley, B., & Reeves, A. (2020). Visual salience computation in the brain: A short review. *Brain Sciences*, 10(8), 536. <https://doi.org/10.3390/brainsci10080536>
- Eco, U. (1981). *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. Lumen.
- Fontcuberta, J. (2010). *La cámara de Pandora: la fotografía después de la fotografía*. Gustavo Gili.
- Herrscher, R. (2022, febrero 11). El sello amarillo busca nuevos públicos. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/cultura/culturas/20220211/8048946/deutsche-grammophon.html>
- Jauss, H. R. (1982). *Estética de la recepción*. Gedisa.
- Lipovetsky, G., & Serroy, J. (2009). *La pantalla global: cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Anagrama.

Michalski, R., & Grobelny, J. (2012). The role of color in visual search tasks. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, 22(6), 528–542. <https://doi.org/10.1002/hfm.20295>

Mirzoeff, N. (2002). *Una introducción a la cultura visual*. Paidós.

Rose, G. (2016). *Visual methodologies: an introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE.

Ware, C. (2013). *Information visualization: perception for design* (3rd ed.). Elsevier.