



Los Yetis y la construcción visual del rock colombiano en las carátulas discográficas de la década de 1960

Los Yetis and the Visual Construction of Colombian Rock through Album Covers in the 1960s

David Roldán-Garrote
Departamento de Comunicación Audio-visual, Documentación e Historia del Arte
Universitat Politècnica de València
<https://orcid.org/0000-0003-0347-1767>
darolgar@har.upv.es

Carlos Andrés Caballero Parra
Facultad de Artes y Humanidades,
Institución Universitaria ITM
<https://orcid.org/0000-0001-7934-6765>
carloscaballero@itm.edu.co

Recibido: 9/ 4/2026

Aceptado: 12/ 6/2026

Resumen: Este artículo analiza las carátulas de los tres LPs publicados por la agrupación colombiana Los Yetis entre 1966 y 1967, con el objetivo de examinar su papel en la construcción visual del rock colombiano durante la década de 1960. Desde una perspectiva interdisciplinar que articula estudios de cultura visual, paratextualidad e iconografía musical, se estudian las portadas como dispositivos gráficos vinculados tanto a la comercialización del fonograma como a la producción simbólica de identidades juveniles y en la construcción visual y simbólica del rock colombiano. La metodología combina tres niveles de análisis: formal, paratextual e iconológico. Los resultados muestran que las portadas de Los Yetis evidencian una negociación entre convenciones internacionales del diseño rock y condiciones locales de producción discográfica. Más que simples envoltorios, estas imágenes participaron activamente en la legitimación cultural del rock en Colombia y en la configuración de imaginarios de modernidad, juventud y pertenencia generacional¹.

Palabras clave: carátulas, discos de vinilo, industria discográfica, iconografía musical, rock de los 60's, cultura visual, paratexto, Los Yetis.

Abstract: This article analyzes the covers of the three LPs released by the Colombian band Los Yetis between 1966 and 1967, examining their role in the visual construction of Colombian rock during the 1960s. From an interdisciplinary perspective combining visual culture studies, paratextuality, and musical iconography, the album covers are approached as graphic devices linked both to the commercialization of the phonogram and to the symbolic production of youth identities, as well as to the visual and symbolic construction of Colombian rock. The methodology combines three levels of analysis: formal, paratextual, and iconological. The results show that Los Yetis' covers reveal a negotiation between international rock design conventions and local conditions of record production. More than simple packaging, these images actively participated in the cultural legitimization of rock in Colombia and in the shaping of imaginaries of modernity, youth, and generational belonging.

¹



Los contenidos de este artículo están bajo la licencia de Creative Commons Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual 4.0 Internacional.

Keywords: album covers, vinyl records, record industry, musical iconography, 60s rock, visual culture, paratext, Los Yetis.

Durante la década de 1960 la expansión internacional del rock transformó no solo los hábitos de escucha, sino también los modos de representación visual asociados a la música popular. La consolidación del LP como formato comercial otorgó a la carátula una nueva centralidad como superficie gráfica capaz de identificar artistas, atraer consumidores y proyectar estilos de vida. En este proceso, la portada dejó de ser un mero elemento protector del soporte para convertirse en un espacio estratégico donde convergían diseño, mercado e imaginarios culturales.

En América Latina, estas transformaciones adquirieron rasgos específicos vinculados a los procesos locales de modernización cultural, al crecimiento de las industrias fonográficas nacionales y a la emergencia de nuevas sensibilidades juveniles. Colombia no fue ajena a este fenómeno. Durante los años sesenta, el auge de sellos como Discos Fuentes, Codiscos, Vergara o Sonolux coincidió con la aparición de agrupaciones que adaptaron el lenguaje internacional del rock a contextos urbanos locales. En ese escenario, la imagen pública de las bandas resultó tan relevante como su propuesta sonora.

Entre los grupos más representativos de este primer momento del rock colombiano se encuentra Los Yetis, banda surgida en Medellín y activa entre 1965 y 1968. Aunque su trayectoria fue breve, su producción discográfica ocupa un lugar destacado en la memoria cultural del género. Sin embargo, mientras su música y su papel histórico han recibido creciente atención, sus carátulas apenas han sido estudiadas como objetos visuales y como parte constitutiva de la experiencia fonográfica.

Este trabajo propone analizar tres portadas de LPs de Los Yetis para comprender cómo estos diseños participaron en la construcción simbólica y visual del rock colombiano. Asimismo, se busca identificar algunos de los principales patrones estético-visuales presentes en las primeras representaciones gráficas del rock nacional y examinar la manera en que las carátulas contribuyeron a la configuración de identidades juveniles dentro de la cultura popular colombiana. Partimos de la hipótesis de que las carátulas funcionaron como dispositivos paratextuales donde se negociaron modelos globales de modernidad juvenil y condiciones locales de producción cultural. Para ello, el artículo se organiza en cuatro apartados: marco teórico y metodología, contextualización del caso, análisis del corpus y conclusiones.

Marco teórico y metodología

Las carátulas discográficas constituyen un objeto de estudio relevante en la cultura visual contemporánea y en la historia de la industria musical. Aunque en sus orígenes cumplieron principalmente una función material de protección del soporte, con la consolidación del disco de larga duración pasaron a desempeñar también funciones promocionales, identitarias y artísticas. En este sentido, Ian Inglis (2001) señala que la evolución de las portadas discográficas puede entenderse a partir de cuatro dimensiones complementarias: protección del soporte, promoción comercial, acompañamiento simbólico de la música y consideración de la portada como obra visual en sí misma. Desde esta perspectiva, la portada puede entenderse como un paratexto del fonograma, es decir, como un dispositivo que media entre la obra musical y su recepción pública. No se trata únicamente de una imagen exterior, sino de un umbral interpretativo que orienta expectativas, propone claves de lectura y participa en la construcción de sentido del disco como objeto cultural. En el caso de la música popular, este paratexto incorpora elementos

gráficos, fotográficos y tipográficos que dialogan con los contenidos sonoros y con las estrategias de circulación comercial.

Por otra parte, los estudios de iconografía musical permiten analizar la imagen no solo como documento histórico, sino también como representación visual dotada de autonomía estética. Ruth Piquer (2013: 11) ha señalado la importancia de atender tanto al valor testimonial de las imágenes musicales como a su capacidad para construir imaginarios culturales a través de su iconografía. Esta doble perspectiva resulta especialmente útil para abordar las portadas de discos, donde confluyen prácticas artísticas, discursos sociales y estrategias de mercado.

Del mismo modo, este trabajo se apoya en la propuesta de Juan Pablo González (2022: 64-65) sobre la intermedialidad en la canción popular. En su análisis de la canción y la intermedia, que retoma el concepto del artista múltiple Dick Higgins (1966: 3) para referirse a expresiones artísticas que son producto de cruces entre prácticas o medios distintos como la poesía y la pintura, la danza y el teatro, o el collage y la fotografía, en donde la música popular no se agota en lo estrictamente sonoro, sino que integra dimensiones performativas, visuales, audiovisuales y discursivas. En consecuencia, la carátula puede entenderse como una extensión material del universo simbólico de la obra grabada y como parte constitutiva de su experiencia cultural, algo que también desarrolló y enumeró Inglis (2001:85) cuando abordó el análisis de las portadas de The Beatles. En este sentido, la relación entre iconografía y música no se establece únicamente mediante la representación visual de instrumentos o intérpretes, sino también a través de la construcción de imaginarios, identidades y valores culturales asociados a la escucha y al consumo musical.

Metodología de análisis

A partir de estos antecedentes se propone un análisis cualitativo aplicado al corpus formado por los tres álbumes de estudio publicados por Los Yetis con Discos Fuentes entre 1966 y 1967: *Los Yetis* (1966), *Los Yetis Vol. 2* (1967) y *Olvidate* (1967). El objetivo principal es identificar los patrones estético-visuales que acompañaron el surgimiento del rock y del pop en Colombia, así como examinar la manera en que estas portadas participaron en la construcción visual de la banda y, de forma más amplia, en la configuración simbólica del rock colombiano durante la década de 1960, con lo cual, se circunscribe de manera transversal a los estudios musicológicos sobre la producción musical y discográfica. El análisis se articula en tres niveles complementarios:

1. Nivel formal o descriptivo. Se observan los elementos visibles de cada portada: composición, encuadre, iluminación, uso del color, tipografía, distribución espacial y relación entre imagen y texto.

2. Nivel paratextual e industrial. Se estudia la portada como herramienta de posicionamiento dentro de la industria discográfica, atendiendo a cuestiones de branding, identidad visual del grupo, presencia del sello discográfico, segmentación del público juvenil y usos derivados de la materialidad del LP y su contraportada (Inglis 2018).

3. Nivel iconográfico e iconológico. Se interpretan los valores simbólicos presentes en las imágenes: juventud, modernidad, rebeldía, psicodelia, naturaleza, masculinidad o cosmopolitismo, relacionándolos con el contexto colombiano de la época.

Las comparaciones con repertorios internacionales se emplean únicamente como marco contextual para señalar la circulación de estilos visuales propios del rock de los años sesenta, evitando considerar el caso colombiano como una mera réplica de modelos externos.

Los Yetis y la industria discográfica colombiana en los años sesenta

La década de 1960 estuvo marcada en Colombia por importantes transformaciones sociales y culturales. En paralelo a los procesos políticos derivados del Frente Nacional (Melo 2017: 213-250) y a la consolidación de nuevas sensibilidades urbanas, la juventud comenzó a ocupar un lugar cada vez más visible dentro de la vida pública y del consumo cultural. En este contexto, la música popular se convirtió en uno de los espacios privilegiados para la expresión generacional, especialmente a través de la radio, el cine, la televisión y la industria discográfica.

El desarrollo de sellos nacionales como Discos Fuentes, Codiscos, Vergara o Sonolux favoreció no solo la circulación de repertorios locales, sino también la industria discográfica internacional, dando pie a las condiciones materiales para la aparición de nuevas agrupaciones juveniles. La llamada Nueva Ola colombiana puede entenderse como una apropiación local de los lenguajes del rock and roll y del pop internacional, combinados con prácticas musicales ya consolidadas en el país. Este proceso permitió la emergencia de grupos como Los Speakers Los Flippers, Los Ampex en Bogotá, y Los Yetis en Medellín, (Caballero 2023: 481; Munevar 2019: 258-277; Cepeda Sánchez 2008: 313-334).

Los Yetis desarrollaron su actividad principal durante la segunda mitad de la década de 1960. Fundada por Juancho López junto a Iván Darío López y Juan Nicolás Estela, la agrupación inició su trayectoria discográfica tras vincularse con Discos Fuentes, compañía fundamental en la historia de la música popular colombiana. Aunque el sello estaba especialmente asociado a repertorios tropicales, su interés por el mercado juvenil abrió un espacio puntual para el rock nacional (Londoño 2021).

La primera aparición fonográfica del grupo se produjo en el compilado *14 Impactos Juveniles* (1966), donde registraron tres temas. El buen rendimiento comercial de este lanzamiento impulsó la publicación de su primer LP, *Los Yetis* (1966). Posteriormente participaron en el compilado *Colombia A Go-Go* y grabaron dos nuevos álbumes de estudio: *Los Yetis Vol. 2* (1967) y *Olvidate* (1967). Estas producciones coincidieron con la ampliación del grupo y con una etapa creativa en la que también colaboraron figuras vinculadas al nadaísmo², como Gonzalo Arango y Elmo Valencia (López 2025; Celnik 2018: 73-75).

En 1968, la disminución de ventas y la escasa centralidad del rock dentro del catálogo de Discos Fuentes precipitaron el final de la relación contractual entre la banda y la compañía. Pese a su breve trayectoria, Los Yetis ocuparon un lugar relevante en la primera generación del rock colombiano y dejaron un repertorio visual que permite observar las tensiones entre modernización cultural, mercado discográfico e identidad juvenil en el país. Desde esta perspectiva, sus carátulas no solo acompañaron la difusión de sus discos, sino que participaron activamente en la construcción pública del grupo. En ellas confluyen estrategias de legitimación artística, referencias a tendencias visuales internacionales y adaptaciones a las condiciones técnicas y comerciales de la industria fonográfica colombiana de los años sesenta.

² Movimiento literario, artístico y filosófico de contracultura fundado en Colombia en 1958 por Gonzalo Arango, el cual estaba influenciado por el existencialismo y el dadaísmo, entre otras corrientes filosóficas, que se planteaba cuestionar la tradición, la religión, la política y los valores de la sociedad conservadora colombiana de la época.

Los Yetis (1966): el inicio de la aventura

La portada del primer álbum de *Los Yetis* (1966) presenta una imagen fotográfica en blanco y negro de los tres miembros de la banda, con una vestimenta que, aunque formal, mantiene un aire juvenil. A la izquierda, el primer integrante luce un traje claro con zapatos negros y camisa blanca, mirando hacia la derecha, al horizonte. El segundo miembro lleva un conjunto completamente oscuro —pantalón, zapatos y camisa— con una chaqueta clara, también con la mirada dirigida al centro, pero al infinito. El tercero, de atuendo más informal, viste zapatos y pantalón oscuro, camisa clara con los puños doblados y un chaleco a cuadros, compartiendo con los demás esa mirada perdida hacia el horizonte.



Figura 1: primer álbum de estudio de la agrupación Los Yetis (Medellín: Discos Fuentes, 1966)³.

La iluminación de la imagen es neutra, con una luz centrada que proyecta sombras ligeras hacia la izquierda, pero de manera regular. Es una iluminación dura y plana, que no genera mucha profundidad ni volumen. El encuadre, tomado desde un contrapicado cercano al suelo, sitúa a los tres miembros de la banda en una composición centrada, con un fondo neutro de nubes. La pose de los integrantes, con las piernas abiertas, transmite una actitud enérgica y masculina, aunque la posición de las manos parece algo errática: el primer miembro cierra el puño sobre el bolsillo de su pantalón, mientras la mano izquierda cae ligeramente; el segundo agarra su chaqueta de manera firme, tirando de ella hacia abajo; el tercero, girado de tres cuartos, cruza las manos delante de él.

El retrato ocupa las dos terceras partes inferiores de la portada, dejando espacio en la parte superior para el título y el logotipo. A la izquierda, se puede leer el nombre de la agrupación en mayúsculas sostenidas, con una tipografía Sans Serif que recuerda a la Neue Helvetica. En la esquina superior derecha, aparece el logotipo del sello discográfico Discos Fuentes.

Observando la portada, puede constatarse que funciona como un paratexto inaugural que establece la discursividad visual de la banda en el mercado colombiano. El uso del blanco y negro y el plano contrapicado buscan dotar al grupo de una retórica heroica y mítica, mientras que la pose frontal proyecta seguridad y aspiración de

³ Esta y las demás figuras hacen parte de los archivos personales de los autores.

modernidad. Sin embargo, el branding resultante es aún incipiente y se encuentra en proceso de definición.

La comparación con trabajos contemporáneos de ámbito internacional permite situar mejor sus estrategias visuales. En *With the Beatles* (1963), por ejemplo, la fuerte iluminación lateral y el contraste radical entre rostros y fondo construyen una imagen de gran personalidad. De forma similar, la portada de *The Rolling Stones* (1964) recurre al retrato grupal para reforzar una identidad reconocible. Frente a estos casos, la portada de Los Yetis comparte la centralidad del retrato colectivo, pero adopta una resolución más sobria y académica.

Aunque esta neutralidad visual pudo facilitar una conexión más accesible con el público juvenil local, desde el punto de vista del branding no alcanza una identidad tan poderosa ni icónica como la de sus referentes internacionales, limitando su capacidad de diferenciación dentro del catálogo de Discos Fuentes. Aun así, la portada refleja las tendencias visuales de la época al combinar formalidad, rebeldía juvenil y una voluntad de prestigio artístico.

Las miradas dirigidas hacia el horizonte añaden distancia y misterio, contribuyendo a la construcción simbólica del grupo. Este enfoque es reforzado por la contraportada, que incluye fotografías adicionales en blanco y negro de los integrantes en distintas posturas y situaciones, ampliando la narrativa visual del álbum y reforzando la cercanía con el público.

Los Yetis Vol. 2 (1967): color y tipografía

La portada del segundo álbum de Los Yetis supone un salto cualitativo en términos de composición y uso de grafismos. A diferencia de su primer álbum, esta portada está en color y se divide en dos partes casi iguales sobre un fondo negro plano. La mitad superior contiene el nombre del grupo, el título del disco y el logotipo del sello discográfico, mientras que la parte inferior presenta tres imágenes fotográficas de los cinco integrantes de la banda. El diseño tipográfico empleado es de la familia de las serif, similar a Times New Roman o Georgia, pero con modificaciones que distorsionan el tamaño de las letras y juegan con su disposición. Este tratamiento de la tipografía es característico de la época y refleja la influencia del movimiento psicodélico en el diseño gráfico. Tal como en el primer álbum, el título corresponde al nombre del grupo, en un magenta oscuro, mientras que *Vol. 2* se destaca en un cian. Ambos colores son primarios en el sistema sustractivo de generación de color, lo que refuerza la vitalidad de la imagen.

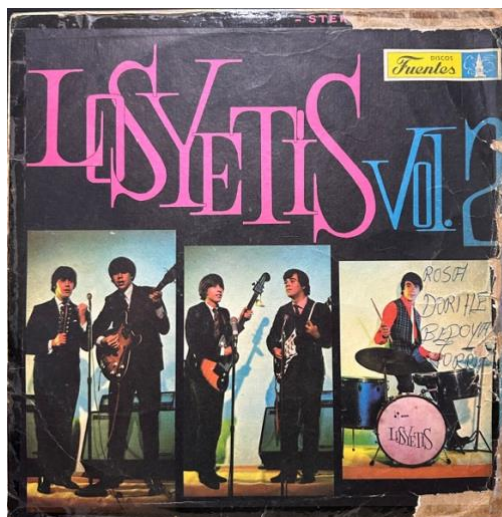


Figura 2: segundo álbum de estudio de Los Yetis (Medellín: Discos Fuentes, 1967)

La parte inferior de la portada está compuesta por tres imágenes fotográficas dispuestas de manera escalonada, junto a un gráfico rectangular azul cian. La primera imagen muestra a Juancho López e Iván Darío López –vocalista y guitarrista–, en la segunda aparecen Norman Smith y Juan Nicolás Estela –guitarrista y bajista–, y la tercera muestra a Hernán Pabón tocando la batería. Estas fotografías fueron tomadas durante una actuación, y en ellas se puede observar un juego de luces de colores. Todos los integrantes, excepto el baterista que viste una camiseta roja y un chaleco oscuro, llevan trajes formales de tonos oscuros.

La contraportada del álbum tiene un diseño más sencillo, en tinta monocromática. En el lateral izquierdo, una columna estrecha incluye cinco imágenes de las sesiones de grabación, cada una identificando a los miembros del grupo. La parte superior muestra nuevamente el nombre del grupo y el título del álbum con el mismo tratamiento tipográfico, esta vez en tinta negra. La sección central está ocupada por un texto explicativo sobre el disco, y en la parte derecha se incluye la información de las canciones de las caras A y B.

A nivel simbólico, las imágenes de la portada presentan a los integrantes de Los Yetis como íconos visuales del rock de la época. Cada miembro es una parte esencial de un todo, representando el sonido y el estilo de la banda. El hecho de que aparezcan tocando sus instrumentos refuerza la conexión con la música: aunque no podemos escucharla al observar la portada, sugiere inmediatamente la sonoridad de la banda, creando una asociación visual que genera una metonimia entre la imagen y el sonido. Los peinados, las vestimentas y el atrezo remiten a las modas juveniles y a las tendencias musicales de ese momento, reflejando fielmente a la juventud de la época y sus inclinaciones culturales, incluso dentro de una facción contracultural. El uso de colores vivos y primarios, en contraste con el fondo negro, es una clara referencia al arte pop y a la psicodelia de finales de la década de 1960. Estos elementos sugieren una ruptura con las convenciones tradicionales, a la vez que transmiten frescura y vitalidad. El fuerte contraste visual ayuda a focalizar la atención sobre los elementos clave, como el nombre del grupo, que se destaca aún más.

El juego tipográfico, con deformaciones que estiran las letras y las entrelazan de manera orgiástica, es un rasgo distintivo de la psicodelia en esta portada. No solo capta la atención del espectador, sino que busca diferenciar el producto en un mercado visualmente competitivo. Así pues, podemos concluir que, en este segundo volumen, la discursividad visual se desplaza hacia los códigos de la psicodelia y el Pop Art, utilizando el color como una herramienta de branding más agresiva.

La portada opera como un dispositivo de intermedia donde la tipografía Serif deformada y los colores primarios (magenta y cian) no son meros adornos, sino paratextos que prefiguran el contenido sonoro del disco. No obstante, el análisis iconográfico revela una dependencia de los 'clichés' del género: la inclusión de los instrumentos musicales refuerza la asociación metonímica entre imagen y sonido, pero el branding vuelve a quedar supeditado a una estética de apropiación que carece de una huella visual propia.

***Olvidate* (1967): evolución final**

La portada del tercer y último álbum de Los Yetis, *Olvidate* (1967), marca un cambio radical con respecto a las portadas anteriores, tanto a nivel visual como conceptual. La imagen principal muestra un retrato grupal en color, ambientado en un jardín repleto de flores bajo un sol radiante, suavizado con el uso de un flash directo y frontal. Los miembros de la banda se distribuyen entre la vegetación, vestidos de manera mucho más informal que en trabajos anteriores, con ropa deportiva de colores vivos, como

camisetas, polos, vaqueros y fulares. Cada integrante parece reflejar una personalidad distinta a través de su vestimenta.



Figura 3: tercer álbum de estudio de Los Yetis (Medellín: Discos Fuentes, 1967).

El entorno natural está dominado por flores amarillas y violetas, que contrastan con frutos rojos y el verde intenso de las hojas. La composición deja la esquina superior izquierda despejada, con un cielo azul liso que sirve como espacio para el nombre del grupo. En cuanto al diseño tipográfico, se emplean dos tipos de fuentes. Para el nombre del grupo y el título del álbum se utiliza una fuente decorativa, común en la época, similar a la empleada en las portadas de álbumes como *Rubber Soul* (1965), *Forever Changes* (1967) de la agrupación Love y *Cheap Thrills* (1968), diseñadas por Charles Front, Bob Pepper y R. Crumb, respectivamente. Esta fuente, de gran tamaño, aparece en violeta para el nombre del grupo y en azul para el título del álbum. El resto de la información utiliza una fuente Sans Serif de fácil lectura en color amarillo, y se emplea para un eslogan que reza: “Música Hippie para el cuerpo y la mente”, así como para el listado de canciones.

Un detalle visual interesante es la línea blanca que emana desde el título, en la parte inferior izquierda, que delimita un espacio imaginario que envuelve a los miembros del grupo, el título y el logotipo del sello discográfico, situado en la esquina superior derecha. En la contraportada⁴, la composición sigue una diagonal ascendente, donde el nombre del grupo y el título del álbum estructuran visualmente todo el diseño. La lectura fluye desde el nombre en la esquina inferior izquierda hasta el título en la esquina superior derecha. Entre ambos, se sitúan seis fotografías: una de cada miembro y una del grupo completo, dispuestas en una retícula que también incluye la información de las canciones a la derecha. A diferencia de la portada, esta parte es en blanco y negro, y las fotos presentan encuadres más originales que en trabajos anteriores, con picados y contrapicados y luces duras, además de algunas imágenes tomadas durante la grabación del disco.

A nivel simbólico, esta portada es la más vibrante y dinámica de la discografía de Los Yetis. El uso de colores saturados y la naturaleza como escenario principal conecta de manera directa con los ideales del movimiento hippie, mostrando un amor

⁴ En el siguiente enlace se pueden apreciar las portadas y contraportadas de la agrupación Los Yetis: <https://www.discogs.com/es/artist/745831-Los-Yetis>

incondicional por la naturaleza y un rechazo a los valores materiales. Conceptos como la libertad y la paz se perciben en la actitud relajada y despreocupada del grupo, que refleja los ideales contraculturales de la época. Sin embargo, las expresiones faciales serias y las miradas frías de algunos miembros, con la excepción del vocalista que mira directamente a cámara, sugieren un distanciamiento del público, reforzando la idea de la banda como figuras icónicas que deben ser admiradas desde cierta distancia, un fenómeno común entre las estrellas de la música que buscaban una dimensión icónica y estelar.

La elección tipográfica también juega un papel clave en la estética de la portada. La fuente empleada para el nombre del grupo y el título del álbum está en sintonía con las tendencias de la época. Este tipo de diseño tipográfico desafía las convenciones tradicionales y busca provocar una experiencia sensorial que rompa con los estándares más conservadores del diseño. Aunque no es evidente el uso de figuras retóricas en la portada, el entorno natural lleno de flores y vegetación, donde los miembros del grupo parecen fusionarse con el paisaje, puede interpretarse como una sinécdoque de la cultura hippie y la música psicodélica. El uso de flores y colores brillantes refuerza la conexión con los símbolos e ideales de amor y paz, sin recurrir a los iconos típicos de la época.

La contraportada también otorga gran protagonismo a la tipografía del título y el nombre del grupo, que estructuran y jerarquizan todo el diseño. Las imágenes fotográficas dispuestas en diagonal y los encuadres no convencionales aportan frescura y modernidad, alineándose con el espíritu de la contracultura y la psicodelia. Las fotografías, muchas de ellas con encuadres poco ortodoxos, crean una sensación de intimidad que refuerza el vínculo entre la banda y sus seguidores, fomentando el fenómeno fan que estaba en auge en aquellos años.

Este álbum, representa la evolución final de la discursividad visual del grupo, donde la naturaleza saturada de color funciona como un paratexto que vincula a la banda con el ideario hippie. La materialidad de la carátula, marcada por el uso de colores vibrantes y una composición que rompe con la rigidez de los trabajos anteriores, intenta consolidar un branding más personal y específico. Otro detalle clave es la imagen del grupo con las miradas distantes de los integrantes construyendo una identidad de “estrellas” que se fusionan con el paisaje, logrando, por primera vez, una sintonía real con las tendencias del diseño discográfico internacional. Un resumen comparativo de las tres carátulas estudiadas es el siguiente:

Álbum	Año	Tipografía	Concepto visual	Referencias
<i>Los Yetis</i>	1966	San Serif / Neu Helvética	Fotografía en blanco y negro, refleja formalidad y rebeldía	<i>With The Beatles</i> (1963), <i>The Rolling Stones</i> (1964)
<i>Los Yetis Vol.2</i>	1967	Tipo Serif	Fotografía a color con uso de colores primarios y tipografía con rasgos psicodélicos	n/a
<i>Olvidate</i>	1967	Tipología psicodélica y San Serif	Combinación de colores saturados y la naturaleza	<i>Rubber Soul</i> (1965), <i>Forever Changes</i> (1967) y <i>Cheap Thrills</i> (1968)

Portadas del rock nacional de los años sesenta y Los Yetis

Para concluir el análisis de las portadas de los álbumes de Los Yetis, es relevante entender el contexto en el que surgieron otras bandas de rock en Colombia durante la misma época. Esto permite observar, a través de sus portadas, cómo solo uno de los grupos analizados logra generar una imagen personal y una identidad de marca propia, mientras que el resto recurre a estereotipos o sigue tendencias preestablecidas en el diseño de sus trabajos, tal como sucede en el caso de Los Yetis. En este sentido, examinaremos las portadas de bandas de los años sesenta como Los Ampex⁵, Los Streaks⁶ y Los Speakers⁷.

En las portadas de Los Ampex, se detectan ciertas similitudes con el estilo visual del primer álbum de The Rolling Stones (1964). En su segundo álbum, se percibe una fusión entre el estilo de *The Animals* (1964) y el juego caleidoscópico de *The Piper at the Gates of Dawn* (1967) de Pink Floyd. Estas portadas transmiten una gran fuerza y personalidad, sintetizando muchas de las características estéticas de la contracultura y la psicodelia musical de la época. Estas soluciones transmiten fuerza visual y una voluntad de modernidad acorde con las transformaciones gráficas del rock de aquellos años.

La portada del álbum *Operación A Go-Go* (1967) de Los Streaks presenta una propuesta singular y teatralizada, vinculada igualmente a ciertos principios contraculturales. Aunque incorpora un uso atrevido del color, deformaciones tipográficas y algunas metáforas visuales, el resultado aparece más irregular desde el punto de vista compositivo y técnico. No obstante, constituye un testimonio valioso de la experimentación gráfica desarrollada por el rock colombiano en esos años.

Por su parte, las portadas de Los Speakers son mucho más personales y arriesgadas en comparación con las de otros grupos. El diseño de su álbum *The Speakers* (1965) es especialmente rompedor y expresivo, destacando por el uso del contraste entre amarillo y negro. Este trabajo parece haber sido una clara referencia para el segundo álbum de Los Yetis, especialmente en lo referente al diseño y manipulación tipográfica. A medida que avanzan sus producciones, las portadas de Los Speakers se vuelven aún más innovadoras y modernas. Utilizan tipografías ornamentales y deformadas, colores saturados –exceptuando su último álbum, que presenta una ilustración en blanco y negro con texto rojo– y un enfoque pictórico o ilustrativo en sus fotografías.

Desde un punto de vista simbólico, estas imágenes se vinculan de manera más directa con la estética transgresora de la contracultura y la psicodelia, además de reflejar conexiones con la naturaleza, la libertad y la exaltación de la juventud. En ellas puede advertirse un uso más decidido de figuras retóricas visuales y una personalidad gráfica más definida.

En este contexto, las portadas de Los Yetis ocupan una posición intermedia dentro de la visualidad del rock colombiano de los años sesenta. Comparten con otras agrupaciones nacionales el recurso al retrato grupal, la adopción progresiva de códigos psicodélicos y la búsqueda de legitimidad juvenil. Sin embargo, su evolución visual resulta especialmente significativa: parten de una imagen sobria y convencional en *Los Yetis* (1966), avanzan hacia una mayor experimentación cromática y tipográfica en *Los Yetis Vol. 2* (1967), y culminan en *Olvidate* (1967) con una propuesta más coherente con las tendencias internacionales del momento.

⁵ Portadas de Los Ampex: <https://www.discogs.com/es/artist/745827-Los-Ampex>

⁶ Portadas de Los Streaks: <https://www.discogs.com/es/artist/3401418-Los-Streaks>

⁷ Portadas de Los Speakers: <https://www.discogs.com/es/artist/1153060-Los-Speakers>

Consideradas en conjunto, estas portadas permiten identificar algunos de los patrones estético-visuales más recurrentes en la representación temprana del rock colombiano, entre ellos la centralidad del retrato grupal como estrategia de legitimación artística, la incorporación progresiva de recursos asociados a la psicodelia y al Pop Art, la experimentación tipográfica y la construcción de imaginarios juveniles vinculados a la modernidad, la libertad y la contracultura. Estos elementos contribuyeron a configurar una visualidad propia del rock nacional y participaron activamente en la construcción simbólica del rock colombiano, aun cuando buena parte de sus referentes procedieran de circuitos internacionales.

Más que medir estos diseños en términos jerárquicos, interesa subrayar que todos ellos evidencian el proceso mediante el cual el rock colombiano comenzó a construir sus propias formas de visualidad. Las carátulas de Los Yetis participan plenamente de ese proceso y muestran cómo la industria discográfica local incorporó, adaptó y resignificó repertorios gráficos globales dentro de sus propias condiciones materiales de producción.

Conclusiones

Los Yetis representan una luz fugaz pero intensa en el panorama musical del rock colombiano para la década de 1960. Aunque su carrera fue corta, se convirtieron en una de las agrupaciones que marcaron y definieron las señas de identidad del rock nacional en Colombia. Su asociación con Discos Fuentes no solo marcó su trayectoria, sino también influyó en su evolución e identidad visual.

Discos Fuentes no solo fue, sino que aún sigue siendo un referente fundamental para estudiar y comprender la industria discográfica en Colombia en las décadas en las que esta tuvo su mayor auge. Sin embargo, es sabido que su catálogo se centró en géneros musicales ajenos al rock, lo que explica en parte por qué las portadas de los álbumes de Los Yetis muestran dificultades para consolidar una identidad visual plenamente diferenciada a lo largo de toda su discografía, limitándose a seguir convenciones gráficas del género sin alcanzar un estilo propio. En este sentido, las portadas del grupo revelan tanto las posibilidades como los límites de la estética visual del rock dentro del mercado fonográfico colombiano de los años sesenta.

Como se ha observado en el análisis, la portada del primer álbum, *Los Yetis* (1966), constituye un esfuerzo por legitimar visualmente a la banda mediante el retrato grupal, el blanco y negro y una puesta en escena solemne. Aunque dialoga con fórmulas ampliamente reconocibles del rock internacional, su resultado mantiene un tono más clásico y contenido, sin alcanzar todavía una identidad y branding plenamente diferenciados.

En *Los Yetis Vol. 2* (1967) se aprecia un avance significativo a pesar de recurrir a muchos de los clichés y estereotipos característicos de las portadas de la época dentro del género rock. El uso del color, la fragmentación fotográfica y el tratamiento tipográfico evidencian una mayor atención a los códigos visuales de la psicodelia y del Pop Art. La portada incorpora estrategias de branding más visibles y una voluntad clara de modernización gráfica. No obstante, continúa dependiendo en parte de repertorios estéticos ya consolidados en el género.

Con *Olvídate* (1967) se produce la propuesta visual más lograda de la discografía del grupo. La integración de naturaleza, cromatismo saturado, tipografías decorativas y una composición más dinámica sitúan al álbum en sintonía con las tendencias internacionales del momento. Por primera vez, la imagen del grupo alcanza una mayor coherencia entre música, contexto generacional y representación visual.

Desde la perspectiva de los objetivos planteados, el análisis permitió identificar algunos patrones estético-visuales recurrentes en la representación temprana del rock colombiano, entre ellos el retrato grupal como estrategia de legitimación artística, la progresiva incorporación de recursos psicodélicos, la experimentación tipográfica y la construcción de imaginarios juveniles vinculados a la modernidad y la contracultura.

En conjunto, las carátulas de Los Yetis muestran un proceso progresivo de aprendizaje gráfico y de adaptación cultural que participó activamente en la construcción visual y simbólica del rock colombiano durante la década de 1960. Si bien siguen las tendencias generales del diseño gráfico en el rock de la época, no llegan a alcanzar la creatividad y frescura que otros trabajos internacionales y locales alcanzaron. A pesar de ello, debemos apuntar que más que simples envoltorios, funcionaron como paratextos capaces de mediar entre la música y sus públicos, construir imaginarios de juventud y modernidad, y dotar al rock colombiano de una presencia visual reconocible.

Finalmente, vale resaltar la importancia que este tipo de análisis tiene al interior de los estudios relacionados con la musicología de la producción musical o discográfica, lo que permite todo un universo de exploración intermedial que deviene como un aporte significativo a los estudios formales en este campo aun por explorar de la musicología contemporánea y popular.

Bibliografía

- Caballero, Carlos. 2023. “La producción musical en Colombia en las décadas de 1960 y 1970. Formas de registro y estética sonora de la música tropical colombiana”. Tesis de doctorado, Universidad Politécnica de Valencia.
- Celnik, Jacobo. 2018. *La causa nacional: Historias del rock en Colombia*. Bogotá: Penguin Random House Grupo Editorial S.A.S.
- Cepeda Sánchez, H. 2008. “Los jóvenes durante el frente nacional: Rock y política en Colombia en la década del sesenta”. *Tabula Rasa*, 9: 313-334.
- González, Juan Pablo. 2022. *Música popular chilena de autor: Industria y ciudadanía a fines del siglo XX*. Santiago: Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Higgins, Dick. 1966. “Intermedia”. *The Something Else Newsletter*, 1/1: 1-4. Nueva York: Something Else Press.
- Inglis, Ian. 2001. “Nothing You Can See Isn't Shown: The Album Covers of the Beatles”. *Popular Music*, 20/1: 83-97.
- . 2018. “Cover story: magic, myth and music”. En *Sgt. Pepper and the Beatles*, Olivier Julien ed., Londres: Routledge: 91-102.
- Londoño, Diego. 2021. *Los Yetis: La historia de unos Beatles colombianos*. 2ª ed. Bogotá: Nueve Editores.
- Melo, Jorge Orlando. 2017. *Historia mínima de Colombia*. Madrid: Turner Publicaciones S.L.
- Munevar, C. A. O. 2019. “Breve historia del rock en Colombia desde los años 60 hasta la actualidad (parte 2)”. *Estudios artísticos* 5/7: 258-277.
- Piquer, Ruth. 2013. “Aquello que se escucha con el ojo: La iconografía musical en la encrucijada”. *Sineris: Revista de Musicología*, 9.

Discografía

- Los Speakers. 1965. *The Speakers*. Bogotá: Sello Vergara, L.P.
- Los Streaks. 1967. *Operación A Go-Go*. Medellín: Codiscos, L.P.
- Los Yetis, et al. 1966. *14 Impactos Juveniles*. Medellín: Discos Fuentes, L.P.

Los Yetis. 1966. *Los Yetis*. Medellín: Discos Fuentes, L.P.

———. 1967. *Los Yetis Vol. 2*. Medellín: Discos Fuentes, L.P.

———. 1967. *Olvídate*. Medellín: Discos Fuentes, L.P.

Love. 1967. *Forever Changes*. USA: Elektra, L.P.

Pink Floyd. 1967. *The Piper at the Gates of Dawn*. Londres: Columbia, L.P.

The Animals. 1964. *The Animals*. USA: Metro Goldwyn Mayer, Inc, L.P.

The Beatles. 1963. *With the Beatles*. Londres: Parlophone, L.P.

———. 1965. *Rubber Soul*. Londres: Parlophone, L.P.

———. 1967. *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*. Londres: Parlophone, LP.

The Rolling Stones. 1964. *The Rolling Stones*. Londres: Decca, L.P.

Entrevista

López, Juancho. Medellín, 12 de diciembre de 2023.