

## Humanizando lo electrónico: las imágenes en el oficio musical de los “grupos de secuencias” en Cali, Colombia\*

Humanizing the Electronic: Images in the Music Endeavor of the ‘Sequence Groups’ in Cali, Colombia

Humanizando o eletrônico: as imagens no ofício musical dos “grupos de sequências” em Cali, Colômbia

Paloma Palau Valderrama<sup>a</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

palomapalau@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2832-0762>

DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh88.heio>

Recibido: 22 Enero 2018

Aceptado: 11 Agosto 2019

Publicado: 20 Diciembre 2019

### Resumen:

En este texto examino los usos y efectos de las imágenes digitales difundidas por los “grupos de secuencias” en Cali (Colombia), una oferta de música en vivo acompañada con grabaciones electrónicas (secuencias) que reemplazan a otros músicos. Se trata de una producción ciborg de sonoridades humanas-artificiales heterónoma articulada a las lógicas de la “copia” de la globalización popular. Argumento que las imágenes y la relevancia de la visualidad agencian la humanización de las secuencias mediante la gestión de las emociones buscadas en la performance. Del mismo modo, los creadores de las secuencias intentan impregnar de calidez el sonido. Las imágenes en la comunicación online, además de ser publicitarias, tejen solidaridad entre colegas de un oficio inestable. Me baso en una etnografía en la que participé como flautista e investigadora.

**Palabras clave:** sociología visual, sociología de la música, profesión musical, tecnologías.

### Abstract:

In this paper I examine both the uses and effects of the digital images spread by the “sequence groups” in Cali (Colombia). It is a live music offer accompanied by electronic recordings (sequences) that replace other musicians. This is a sort of cyborg production, of heteronomous human-artificial sounds articulated to the logic of “copy” proper to the popular globalization. I contend that images and relevance of visuality enable the humanization of these sequences through the management of emotions sought after by the performance. Likewise, the sequence creators try to instill the sounds with warmth. In the online communication images, beyond being advertising, weave the solidarity between colleagues in an unstable trade. I based this work on ethnography where I acted both as a researcher and flute player.

**Keywords:** visual sociology, sociology of music, music career, technologies.

### Resumo:

Neste texto examino os usos e efeitos das imagens digitais difundidas pelos “grupos de sequências” em Cali (Colômbia), uma oferta de música ao vivo acompanhada com gravações eletrônicas (sequências) que substituem outros músicos. Trata-se de uma produção heterônoma ciborgue de sons humanos-artificiais articulada às lógicas da “copia” da globalização popular. Defendo que as imagens e a relevância da visualidade agenciam a humanização das sequências mediante a gestão das emoções procuradas na performance. Da mesma forma, os criadores das sequências visam imbuir o som de calor. As imagens na comunicação online, além de ser publicitárias, tecem solidariedade entre colegas de um ofício instável. Baseio-me em uma etnografia da qual participei como flautista e pesquisadora.

**Palavras-chave:** sociologia visual, sociologia da música, profissão musical, tecnologias.

## Un devenir de ritmos: descubriendo a los grupos de secuencias

Cuando me enteré de la existencia del oficio musical de los “grupos de secuencias” en Cali (Colombia), había ejercido como flautista en ese lugar durante más de una década, tocando varios tipos de música. Sin

### Notas de autor

<sup>a</sup> Autora de correspondencia. Correo electrónico: palomapalau@gmail.com

embargo, ¿cómo es que yo y otros colegas no sabíamos de dichos grupos? Mi indagación inició con un proceso de extrañamiento en el que poco a poco un universo cercano en su geografía y área del saber y lejano en sus prácticas y sentidos se me fue desvelando. Las reseñas de los grupos musicales son representaciones que muestran algunas de sus características definitorias. Una de estas es significativa:

Siendo la música un devenir de ritmos, géneros y canciones que van cambiando con el tiempo, la época, y los gustos, nos hemos ido adaptando a las exigencias de cada momento, hasta lograr un amplio repertorio que nos permita llegar a todos los públicos, por lo cual nos caracterizamos por interpretar varios estilos de música dentro de los cuales se incluye: Música tropical, Salsa, Merengue, Vallenato, Bachata, Reggaetón, Música de los años 60'S, 90'S y pop, Música Colombiana. (Perfil del grupo musical Viceversa, s. f.)

La reseña apunta a la diversidad de públicos y de música, a la cual se puede añadir la variedad de eventos. Habla de un proceso de cambio debido a unas *exigencias* circunstanciales para llegar a ese estado actual. Sin embargo, un elemento clave de la transformación y constitución está ausente en esta representación, al igual que en todas las reseñas: la mención a que se trata de un “grupo de secuencias”. Esto se debe a que su nombre, público entre quienes practican el oficio y oculto para los demás, carga cierto tono de estigma entre sus pares dado que tales músicos se acompañaban de “secuencias” o grabaciones de las canciones en sonidos electrónicos que reemplazan algunos instrumentos y a sus intérpretes en vivo. Gracias al uso de las secuencias, se puede ofrecer presentaciones musicales a un bajo precio, una amplia gama instrumental que imita la secuencia y, de ese modo, un variado repertorio de las canciones más famosas y comercializadas de las últimas décadas en la ciudad. Se trata de una maraña de miles de canciones, inconmensurable por un individuo, pero sedimentada en la memoria musical compartida con los habitantes de Cali, que abarca una miríada de géneros musicales de circulación local, nacional e internacional. De ese modo, se trata de una producción cultural heterónoma en la que las fuerzas económicas les restan peso a las reglas artísticas (Bourdieu, 1996). En contraste con la industria musical hegemónica de grueso lucro, esta práctica se encarna en la experiencia de supervivencia epistémica y vital desde el Sur global (Santos, 2010). Las secuencias son vendidas y compradas en una red internacional de intérpretes y creadores de estas (*secuencieros*), en un mercado no regulado que escapa al control del Estado neoliberal y las políticas transnacionales, aunque lícito en la concepción de sus agentes (Ribeiro, 2010). Así, se entrama a las lógicas de la “copia” de los famosos y de superlogomarcas en la *globalización popular* (Ribeiro, 2010).

La inestabilidad y eventualidad de su labor lleva a que los músicos que tocan con secuencias configuren tramas interdependientes, autogestionando su oficio en permanente interacción *online* y *offline* con colegas, participando de varios grupos musicales de constitución flexible y publicitándose continuamente. Tales características, como la autogestión y la participación en diferentes y simultáneos proyectos, son propias del *tercer espíritu del capitalismo* (Boltanski y Chiapello, 2002). Dada la inestabilidad del “hacer musical” con las secuencias y su realización plena en la acción colectiva, la solidaridad grupal es crucial. Facebook, uno de los sitios de redes sociales más grandes del mundo, se ha convertido en una plataforma divulgativa y laboral mediante la comunicación *online* para los músicos de los grupos de secuencias y otros grupos musicales en el mundo. Sus perfiles son individuales y grupales, y se dirigen tanto a colegas como a una audiencia. En la exploración del ciberespacio y en conversación con actores de este mundo, resaltaron las imágenes fotográficas y audiovisuales como parte de los entramados de socialidad, sugiriendo, más allá de ello, un estatuto relevante. En ese sentido, indago *¿qué efectos tienen las imágenes de los grupos de secuencias difundidas por sus intérpretes en los sitios de redes sociales?, ¿qué agencian estas imágenes?* Parto de la articulación de un enfoque pragmatista que considere la red de actores, humanos, cosas y mediaciones en las que se sustenta la existencia y una perspectiva interaccionista de las representaciones.

Hennion (2002) apunta que la música, dada su inmaterialidad, es un objeto esquivo construido por mediaciones que en diferentes contextos es concebido, encontrado y codificado por sus actores en distintos mediadores, desde individuos hasta objetos, que se conectan unos a otros en una trama que la soporta. Bajo esta perspectiva, los objetos no se reducen a meras cosas inertes en el entorno, pues interactúan con los

humanos a través de sus propiedades, asociaciones y potencialidades latentes. Tal enfoque se puede integrar a la teoría dramaturgica de Goffman (1981, 1991), en la cual los objetos forman apenas parte del adorno del escenario, para observar cómo las actuaciones de los sujetos interactúan también con las cosas, posibilitando sustentar formas dinámicas de una realidad sociomusical. A través de este lente teórico podemos advertir la relevancia de la tecnología de las secuencias y las imágenes digitales como agenciadoras del mundo musical, además de sus actores humanos.

Existe una vasta literatura sobre el estudio de la profesión musical y las tecnologías desde las ciencias sociales. En contextos urbanos dicho estudio ha evidenciado su flexibilidad, diversidad estilística y eventualidad laboral, como apuntan Cragnoigni (2012) en Buenos Aires y Packman (2009) en Salvador (Brasil). Además de conocer la estética sonora de los diferentes géneros que interpretan, los músicos deben estar al tanto de las reglas de comportamiento y vestuario, y de los valores que les permiten formar parte de las redes de sus mundos artísticos (Becker y Faulkner, 2011). Para el caso concreto de Cali, Llano (2004) señala que la mayoría de los músicos que tienen una formación profesional proviene de las clases medias y realiza trabajos eventuales caracterizados por la desigualdad de ingresos, la variabilidad de las tarifas y los acuerdos laborales informales. Aunque en su examen no aborda el fenómeno de los grupos de secuencias, estos comparten los mismos rasgos.

Por otro lado, los estudios sobre música popular destacan a las tecnologías como impulsadoras de antiguas y nuevas formas de hacer música. Aspectos como su abaratamiento desde finales del siglo pasado han propiciado el acceso a la grabación fonográfica, la creación de productoras independientes, los mercados locales e informales, y las redes de intercambio *online* (Yudice, 2007). Las tecnologías también han habilitado la emergencia de nuevos oficios, como el de productor (Bacal, 2015), al igual que varias prácticas sonoras de participación colectiva como potenciales constructores de ciudadanía e identidades sociales (Taliani, 2015). Aunque el análisis fotográfico en las ciencias sociales no es reciente, solo hasta hace poco tiempo se viene considerando su potencial revelador en la investigación social con la consolidación de la antropología y la sociología visual (Bonetto, 2016).

Ahora bien, menos inquirida ha sido la intersección entre imagen, tecnologías y prácticas musicales. Desde la etnomusicología y los *sound studies* se plantea la crítica a la centralidad del visualismo en la epistemología occidental y se alega a favor de la necesidad de abordar la música dentro del campo más amplio del sonido como experiencia en relación con otras sensorialidades (Feld, 2013; Mowitt, 2015). En ese sentido, esta indagación pretende aportar a los estudios sobre imagen, prácticas musicales y tecnologías.

## “¿Vos sos chisguera?”. Senderos de un campo etnográfico

El oficio musical en los grupos de secuencias entra en la caracterización nativa del campo musical colombiano como “chisga”, es decir, un tipo de trabajo eventual que no requiere de preparación grupal, ni ensayos, sino de la reunión circunstancial de un conjunto de intérpretes que responden a la convocatoria del músico que consiguió el acuerdo con el cliente de la presentación. La chisga requiere de habilidades individuales como el conocimiento del repertorio, la versatilidad y la coordinación grupal para responder a la inmediatez de la música en vivo, la cual, a pesar de ser corriente, es mirada con menosprecio por la mayoría de intérpretes por su carácter laboral improvisado e informal. “¿Vos sos chisguera?”, me preguntaron algunos con la inquietud de saber si yo tendría las competencias para las chisgas y sería una posible compañera laboral, analizando al mismo tiempo si yo valoraba su oficio. Asumiendo el desafío y con interés investigativo, respondí afirmativamente, lo que posibilitó mi entrada en campo compartiendo la vivencia de la profesión para tocar en varios grupos, participar con mayor confianza como colega, y experimentar las ventajas y penurias del oficio.

Inicié mi trabajo de campo exploratorio en Internet a través de la red social *online* de Facebook con colegas músicos de Cali cuando me trasladé a Brasil para realizar mi maestría en sociología en el 2014. En este periodo

que cubrió de junio a noviembre de 2014, la interlocución con un colega músico me introdujo por primera vez a los grupos de secuencias. Conversé durante ese tiempo con diez colegas y observé sus informaciones laborales compartidas y la interacción pública con sus contactos. A diferencia de otros enfoques para el examen de la comunicación mediada, como la *netnografía* y *etnografía virtual*, que tienden concentrarse en universos exclusivamente *online*, coincido con otros autores (Fragoso, Recuero y Amaral, 2011; Polivanov, 2013) en la pertinencia de extender la idea de *etnografía* a campos empíricos donde lo *online* reproduce y amplifica la vida social local *offline*, como en mi caso en estudio.

Posteriormente, continué el trabajo de campo *in situ* de diciembre de 2014 a marzo de 2015, en el que me desempeñé como investigadora y flautista sin abandonar la observación de la relación *online/offline*. Durante ese periodo toqué con siete grupos musicales (Café Visión, Chazy Show, Onda Trópico, Tropicalex, Violines Selectos, Rocio Triviño y su grupo, y Face the Music) y realicé veinticuatro entrevistas a veintiocho músicos, dieciocho hombres y diez mujeres, cuya edad se encontraba en la fase etaria entre veintidós y cincuenta y cuatro años. Veintitrés de ellos eran dueños de sus propios grupos y también tocaban para otros, y dos de ellos tenían la especialidad de *secuencieros*. También conversé con músicos que trabajaban en Cali y no integraban grupos de secuencias, asistí a varias presentaciones como espectadora y conversé con algunas personas del público. En esta etapa, seleccioné algunas fotografías publicadas en las redes sociales y *websites* de los grupos musicales, y solicité los permisos a sus protagonistas para integrarlas a mi investigación. El trabajo de campo me permitió tanto tener mayor claridad sobre los sentidos y la relevancia de las imágenes, como verme capturada por ellas en su exposición *online*, índice de mi acogimiento en el “gremio”. Al mismo tiempo que ser flautista de Cali me facilitó relacionarme con interlocutores, mi calidad de investigadora y con titulación profesional en música también generó desconfianza en otros intérpretes que se negaron a hablarme. Entendí su reserva en el contexto de la vulnerabilidad que sufren los grupos de secuencias por las críticas de algunos pares y porque tal vez pensaron que yo intentaba desacreditar su labor también. No obstante, devenir *chisguera* fue la puerta de entrada a un universo sonoro.

## Un intérprete que se entregue: la presentación de sí y la performatividad de las imágenes

Los grupos de secuencias constituyen el oficio principal para sus intérpretes, hombres y mujeres de clase media de una amplia gama etaria que hacen música en vivo en celebraciones particulares y espacios comerciales. Son contratados por clientes que acceden a sus tarjetas de presentación en shows en espacios comerciales o por recomendaciones de conocidos. El público proviene de todas las clases sociales, elige los patrones de gusto, el tipo de ocasión social y el precio, variable según la cantidad de integrantes de un grupo musical y al acuerdo al que se llegue.

La microsociología de Goffman (1981) que plantea la metáfora de una dramaturgia social arroja una luz para comprender la forma en que los músicos deciden actuar su papel a otros, y sus interacciones a partir de imágenes, videos y texto en Facebook, las cuales, aunque no son cara a cara, mantienen las tensiones propias de la comunicación<sup>1</sup> (Serrano, 2012). Para Goffman el individuo crea una idea de sí basado en las percepciones de los otros y en su autoobservación, que se basa en *fachadas* o en los papeles institucionalizados en su sociedad, como madre, colega y abogado (Goffman, 1981, p. 258). Tiende a hacer presentaciones idealizadas y a encajar en el marco de los valores morales de su sociedad. Las fotografías son la oportunidad de presentarse dignamente, pues “las personas son lo que imaginan ser y lo que quieren que los otros piensen que son” (Souza, 2008, p. 49).

Según los argumentos de los músicos que tocan con secuencias, su papel, o sea su *fachada*, es conducir el público a un estado de alegría y armonía colectiva en las celebraciones. Lo consiguen mediante la observación que hacen del público para deducir sus patrones de gusto y la interpretación del repertorio adecuado en

cada ocasión. Un director de un grupo comenta: “Tú estás puesto ahí porque proyectas alegría. Te están pagando más por llevar a ese estado que por ser el artista” (J. Gil, comunicación personal, enero 20, 2015). Tal autorrepresentación es más comprensible en su contrapunto con otras posiciones del campo musical. El hecho de que basen sus interpretaciones de canciones famosas en secuencias que reemplazan varios instrumentos (e instrumentistas) usados en conjuntos musicales mayores como orquestas, septetos y bandas de las grabaciones originales les ha valido discursos de desprecio de los músicos de Cali que tocan en estas agrupaciones. Ellos critican a las secuencias señalando que su bajo costo les arrebató clientela. Alegan que estas realizan imitaciones, y que los sonidos digitales carecen de la estética y creatividad de una interpretación humana al presentar un carácter robótico, supuestamente de deplorable calidad sonora: ¡Es una máquina lo que suena!, me decía exaltado un pianista de una orquesta de salsa. Consideran que la belleza emerge del sonido acústico modelado por un artista, y no de la propiedad artificial del sonido electrónico emitido por un aparato, intentando privilegiar los patrones de gusto de los músicos sobre los del público. Oponen el humano a la máquina, lo acústico a lo electrónico, lo natural a lo artificial.

Por su parte, los músicos que tocan con grupos de secuencias aceptan parcialmente los anteriores argumentos. Aunque coinciden con que la calidad estética de la interpretación en vivo es siempre mejor, argumentan que la finalidad de la *música* no es una demostración de destrezas corporales, sino acompañar y apoyar la exaltación emocional de la audiencia, que en varias ocasiones celebra un momento significativo de su vida. Una cantante me dijo luego de tocar junto a ella varias veces: “Aquí no cabe que uno sea el mejor cantante, la gente no está pagando un show para verte mostrar tus destrezas. Si tú les cantaste esa canción que les llega al alma, es el éxito. Que tú te compenettes con el público, que te entregues” (R. Triviño, comunicación persona, enero 29, 2015). De ese modo, otorgan la relevancia de los parámetros de gusto al público y sitúan en segundo plano las habilidades del intérprete. Además, defienden que, a pesar de que sí son una competencia para otros músicos, así ganan un mejor ingreso económico que tocando en una agrupación mayor y que al público no parece importarle si hay sonidos pregrabados. Sin embargo, se puede observar que los espectadores suelen ser conscientes de la substitución digital de algunos instrumentos en la presentación musical, y aunque no sean instruidos en diferenciar las sutilezas sonoras o no enfoquen su atención en ellas, el espacio de socialidad para estos sujetos es más relevante que las cualidades sonoras.

No obstante, los intérpretes de grupos de secuencias se esfuerzan por superar su condición desprestigiada, señalando que es posible mejorar la calidad de los sonidos digitales. Por eso, han diseñado sus estrategias a medida que las tecnologías lo han permitido. De ese modo, los *secuencieros* elaboran la secuencia de cada canción sacando a oído y grabando cada instrumento en los sonidos electrónicos de su teclado, y buscando impregnarlos de una calidez vital. Así, manipulan el sonido de la secuencia humanizándola. Carlos González (comunicación personal, marzo 6, 2015), un secuenciero, luego de mostrarme cómo buscaba el sonido ideal de cada instrumento de una famosa canción de salsa en su sintetizador, afirmó: “Con el joystick, hice el glissando y el vibrato. Hay que ponerle el corazón o el gusto a las cosas porque si no, no suena bien...”

En esta práctica, el sonido producido de modo digital y la producción sonora humana que abarca a la voz y los instrumentos tocados en vivo deben borrar sus fronteras y tornarse uno solo. Como dilucida Haraway (1995), se trata de *ciborgs*. Al igual que con la tecnología sonora de las secuencias, las imágenes digitales buscan una humanización tecnológica, la cual consiste en una gestión de las emociones, que, como ya señalé, es el objetivo de los grupos de secuencias, principalmente de la alegría y goce momentáneos para acompañar un ritual (cumpleaños, matrimonio, etc.), atraer clientes en los espacios comerciales, y estimular su consumo de licor y alimentos.

Aunque los secuencieros se localizan en la cumbre de la jerarquía de prestigio dentro del mundo de las secuencias por sus capacidades auditivas y creativas, y por proveer la manipulación del material sonoro básico, son quienes menos difunden fotografías de su labor. Esto tiene unas razones claras, consecuentes con los objetivos de las fotografías de los intérpretes: colocar en segundo plano la ausencia visual de instrumentos musicales para, al tiempo, hacerlos presentes mediante el sonido. De ese modo, los secuencieros necesitan

menos mostrar su actividad, pues la creación de la secuencia es un trabajo solitario y de alta demanda, a diferencia de la fragilidad de la labor de los intérpretes.

A pesar de que la ausencia de corporeidad física caracteriza el espacio *online*, las fotografías de perfiles individuales analizadas que muestran a la persona son la presentación visual más común. En las estas, los intérpretes se presentan en acción, cantando o tocando, o sosteniendo un instrumento musical que los distingue en su oficio. Visten ropas adecuadas para ocasiones ceremoniales, y exhiben seguridad y dominio escénico en su expresión facial y corporal (Goffman, 1981, p. 42). La recurrencia de fotografías del cuerpo del intérprete en primer plano, elegida como imagen principal en perfiles personales, enfatiza que *también* son intérpretes. Otras informaciones que conforman la fachada son encontradas en la sección "About", en la cual se especifican aspectos de cuño profesional que indican la música como su área o que resaltan la ausencia de un vínculo laboral. Palabras escogidas por esos usuarios son: *independiente, freelance musician . empleado en orquestas*. Suelen fotografiarse junto a sus instrumentos o teclados que reproducen las secuencias, o al lado de la audiencia, resaltando la capacidad tanto de intérpretes como de los artefactos sonoros en impulsar la emocionalidad de la audiencia en su celebración particular, es decir, el instrumento y la secuencia como mediación activa en la experiencia musical.

Las siguientes fotografías son tomadas de perfiles personales de Facebook. Corresponden a la categoría de análisis que he denominado *fachada de intérprete*, en la que se hace una presentación de sí ejerciendo el oficio.<sup>2</sup> En ellas los músicos se muestran en plena acción interpretativa con un dispositivo esencial de su oficio. Una saxofonista sostiene su herramienta; un violinista y una cantora se presentan interpretando con artefactos distintivos, un violín y un micrófono, mientras que un tecladista expone su instrumento en el que manipula una secuencia y la consola en la que ecualiza a sus compañeros, ausentes en la escena. Los músicos que se autorrepresentan en las fotografías son María Hernández y Augusto Ortiz en las figuras 1 y 2, y Diana Villegas y Luis Fernando Castro en las figuras 3 y 4.



FIGURA 1.  
Fotografía de *fachada* de intérprete. Saxofonista  
Fuente: archivo fotográfico personal María Hernández



FIGURA 2.  
Fotografía de *fachada* de intérprete. Violinista  
Fuente: archivo fotográfico personal Augusto Ortiz



FIGURA 3.  
Fotografía de *fachada* de intérprete. Cantante  
Fuente: archivo fotográfico personal Diana Villegas



FIGURA 4.

Fotografía de *fachada* de intérprete. Tecladista

Fuente: archivo fotográfico personal Luis Fernando Castro

Las fotografías del oficio compartidas en Facebook que examino tienen un carácter documental (Guran, 2002, p. 96), no porque sean una representación de la realidad exacta y fiel, sino porque además están permeadas por sus formas de ver y escuchar, y por los valores del fotógrafo, que a veces es el mismo retratado. Antes de ser publicadas, las imágenes son evaluadas, aceptadas o descartadas. Son performativas, pues dan existencia a ideas ligadas a ciertos discursos, reproduciéndolas y transformándolas (Giordano, 2016), vinculadas a la creencia<sup>3</sup> de ese mundo musical (Rouillé, 2009, p. 67).

Las fotografías de fachada de músico demuestran el oficio en acción y vigencia temporal, lo que tiene efectos entre colegas que al ver las imágenes los consideran para integrar sus grupos en alguna ocasión, reforzando el tejido de socialidad entre humanos y objetos (Hennion, 2002; Rouillé, 2009). Además, son imágenes dignificantes que condensan la historicidad de trayectorias de vida, conteniendo el pasado (Souza, 2008, p. 46). Muestran empoderamiento, la capacidad de “salir adelante”, la lucha por sus sueños y por mejorar su calidad de vida. Las fotografías se vuelven ícono de la ascensión socioeconómica evidente en los equipos de trabajo, la frecuencia del ejercicio profesional, el éxito laboral y la mayor autonomía de las mujeres.

## Grupos para toda ocasión: solidaridad y competencia

Un elemento indispensable para estrechar los lazos de la red de músicos y hacer frente a una época y lugar geopolítico pautados tanto por su inestabilidad y flexibilidad laboral como por los proyectos de corta duración (Boltanski y Chiapello, 2002) es la solidaridad, lo cual requiere de gestión e interacción frecuente de los músicos. Al mismo tiempo, es una situación que los coloca en competencia pues los grupos de secuencias constituyen una de las ofertas más económicas del mercado, de modo que sus bajos precios aseguran un buen

ingreso solo con una alta frecuencia de presentaciones musicales. Aunque las secuencias han sido un camino para la ascensión socioeconómica de algunos músicos, no han contribuido a un mejoramiento significativo de sus condiciones laborales en general, en relación con décadas anteriores, dada su inestabilidad. Así, los músicos dramatizan su papel al exhibir sus experiencias musicales en las redes sociales para comunicar a sus colegas su disponibilidad laboral, y mostrar sus habilidades evidenciadas en el manejo de instrumentos y los tipos de músicas que interpretan, su experiencia y contactos, entre otros aspectos que permiten que sus colegas conozcan y evalúen su trabajo y consideren vincularlos a sus grupos.

Son recurrentes los comentarios que expresan admiración, agradecimiento, respeto e, inclusive, solicitudes de contrataciones a pares para participar de más presentaciones musicales en una jerga propia, por eso la mayoría de los comentarios usan un tono jocoso y desinhibido que estimula la interacción. En la figura 5, el dueño del grupo Café Visión agradece a sus colegas en su perfil personal de Facebook y los llama amigos. Otros músicos saludan y felicitan.



FIGURA 5.  
Solidaridad

Fuente: archivo fotográfico personal Luis Fernando Castro

El vasto repertorio que los grupos de secuencias se han dado a la tarea de interpretar para atender las demandas de celebraciones particulares y espacios comerciales exige representatividad de figuras masculinas y femeninas. Este factor ha facilitado el acceso de mujeres en una proporción equivalente a la de hombres, lo que no sucede en otros ámbitos de mayor prestigio en el campo musical de la ciudad, como la salsa, el vallenato y la música tropical, donde predomina una mayoría masculina. La salsa, que se ha configurado con una escena musical local preponderante desde la década de 1980, vio la emergencia de orquestas conformadas por completo por mujeres como una forma de abrirse espacio en un medio dominado por hombres. Algunas mujeres procedentes del medio, las llamadas *orquestas femeninas* de salsa, han conseguido cierto nivel de autonomía laboral dirigiendo sus propios grupos musicales de secuencias. Es el caso de María Hernández (Sax Cali), Paola Sánchez (Habaneras) y Paola Tamayo (Prisma) que gestionan sus grupos musicales (incluidos entre paréntesis). Paola Sánchez, bajista, apunta que “lo bueno de los grupos de secuencias es que están tratando de meter más la mujer, tiene que haber una, así sea cantando. Porque a la gente también le gusta ver la parte femenina en los grupos” (P. Sánchez, comunicación personal, diciembre 22, 2014). Señala lo anterior en contraste con la hostilidad de la escena musical salsera contra las mujeres intérpretes.

No obstante, aunque la situación laboral para las mujeres mejora en los grupos de secuencias, esto sucede en una práctica poco valorada y a costa de requisitos normativos asociados al género, como belleza y sensualidad.

Para Héctor Cardona (comunicación personal, diciembre 23, 2014), la estética visual de las mujeres dentro de los grupos es una estrategia de mercado: “en el grupo trabajamos con mujeres muy bonitas y muy profesionales para cantar. Su expresión física ante el público... eso vende”.

Ahora bien, los grupos de secuencias no han contribuido a un mejoramiento significativo de las condiciones laborales de los músicos en la ciudad en relación con décadas anteriores. A pesar de ello, han sido un camino para la ascensión socioeconómica de algunos sujetos de clase baja a una clase media, quienes, aprovechando sus habilidades interpretativas y comerciales, han conseguido una clientela y la difusión de su oferta musical. Es el caso del violinista Augusto Ortiz, que tuvo la oportunidad de aprender música con una beca del sector oficial, ingresando a la orquesta sinfónica desde joven, y logró explotar las novedades tecnológicas en varios momentos de su trayectoria. Él cuenta:

Empecé a hacerme en los centros comerciales con mis discos y eso me abrió el campo. La gente se arrimaba, escuchaba, me compraba el disco, me pedía tarjeta. Entonces yo siempre era sacando el arreglo y le ponía a los pianistas a que me acompañaran. O cuando ya empezaron a llegar las memorias USB, primero fue el disket, ¿se acuerda? uno grababa la secuencia y quedaba el acompañamiento. Después llegó el minidisk, luego el iPod y los pianos con memoria USB. No le quedaba mal a nadie. (A. Ortiz, comunicación personal, enero 27, 2015)

La conformación de un grupo musical en cada ocasión social en la cual toca constituye un *equipo* que, según Goffman (1981, p. 90), coopera por el interés común de realizar la rutina de una actuación que satisfaga a los espectadores, que a su vez representan otro equipo. De ese modo, la fotografía de un grupo musical presenta un equipo *online* formado para una ocasión bajo el nombre de una agrupación. Mientras que los perfiles en Facebook de los grupos musicales de secuencias generalmente enfocan su comunicación en clientes potenciales, los perfiles de los sujetos destacan el oficio musical, principalmente para colegas. Sin embargo, en ambos tipos de perfiles son publicadas tanto imágenes individuales como equipos ocasionales. Un grupo de secuencias tiene como único integrante estable a su director, quien también se encarga de su gestión. Los integrantes oscilan entre una y ocho personas, dependiendo de la cantidad que esté dispuesto a pagar el cliente. Algunos grupos tienen músicos relativamente estables, otros cambian en cada ocasión, excepto sus directores.

Algunas fotografías de grupos son *sociogramas* en los que se exponen las relaciones y los papeles sociales (Bourdieu y Bourdieu, 2006, p. 34). Presento tres ejemplos de imágenes de autorrepresentación de equipos *online*. La primera fotografía (figura 6), compartida en el perfil personal de Nathalie en el Facebook, es significativa como descripción de un linaje de músicos. Nathalie y Julián forman una joven pareja, los padres de ambos fueron músicos de clase media baja que ascendieron a una clase media alta, y transmitieron a sus hijos el legado profesional y mejores condiciones socioeconómicas. Nathalie se localiza en el centro con su violín eléctrico, mediando la relación entre los hombres. A la izquierda está su padre, Augusto, con su violín, primer profesor de su hija. A la derecha está Julián, esposo de Nathalie y percusionista, sosteniendo las baquetas del timbal.



FIGURA 6.

### Linajes de músicos

Fuente: archivo fotográfico personal Augusto Ortiz

Blázquez (2012) apunta que las tecnologías de la imagen y la música se articulan para gestionar las emociones en el marco del capitalismo cultural. Visualidad, imagen y sonido convergen para producir la alegría y el éxtasis mencionados por los intérpretes a un público dispuesto a dejarse seducir en una economía de las emociones. El autor también advierte la superposición de dos mundos con instancias de consagración diferentes entre los cuales circulan los actores “dando vida” a las ciudades. De manera similar, el mundo de las secuencias suma una superposición de esferas; hace parte del amplio campo musical de Cali, y reúne intérpretes que se mueven en escenas de géneros musicales específicos, y que constituyen campos culturales con sus propias instancias de legitimación y jerarquías: salsa, música académica, rancheras y baladas son las que resaltan.

En la figura 7, “Presentación de sí de un equipo *online*”, se muestra al grupo Conga y Sabor (perfil del grupo Conga y Sabor, 2015). Podemos ver en la organización de los integrantes la metáfora de la tentativa de equilibrio de poder en las relaciones de género. Se intercalan cinco integrantes, dos hombres y tres mujeres en un único plano. Todos sonríen y miran al frente sin tocar sus instrumentos ni cantar, en un gesto estático de presentación cordial. Las mujeres levantan ligeramente una pierna, siguiendo una postura estándar que resalte su belleza. Está claramente orientada a un espectador y potencial cliente.

La elección de ropa sigue la moda o encaja en modelos clásicos según las convenciones de cada género. La relevancia de la visualidad de esta manifestación encarna a los intérpretes que siguen corporalidades dentro de patrones ampliamente convencionalizados en sociedad. Así, los vestuarios, la postura corporal, el gesto facial y la contextura son asuntos fundamentales. Una cantante me decía que para las audiencias de clase alta era indispensable que la persona tuviera una apariencia física elegante, incluso por encima de la calidad musical. Por eso ella llegaba a cargar tres o cuatro uniformes cuando tenía varias presentaciones en distintos tipos de eventos en un día. Los colores son asociados a la alegría, carácter al que se relacionan también los géneros musicales predominantes del repertorio: la salsa, la música tropical, el son cubano, entre otros. Los músicos muestran, de esa manera, una imagen visual aceptable a la mayoría de públicos, que se enmarca en gustos convencionales.



FIGURA 7.

Presentación de sí de un equipo *online*

Fuente: archivo fotográfico personal Alexander Bejarano

Estos vestidos y representaciones de género convencionales muestran no solo un poder del público-clientela sobre los intérpretes, sino que también indican la predominancia de valores estéticos y sociales hegemónicos de la sociedad. Por otra parte, el capital económico de los clientes no es siempre mayor al de los intérpretes, pues los últimos pertenecen a una gama de clases medias y tocan para públicos de clases bajas a clases altas, ofreciendo diferentes elementos en sus shows según una amplia gama de tarifas. Es precisamente la visualidad en imágenes y en la presentación de sí dentro de roles de género hegemónicos de los intérpretes la que permite su negociación frente a la hegemonía del público al posibilitar su circulación entre espectadores de todas las clases sociales. Esta manipulación de la estética corporal con el fin de otorgar fluidez a nociones de clase social está presente en otras expresiones musicales. Como apunta Mizrahi (2015), las imágenes de la estética del funk carioca en las autorrepresentaciones de sujetos se elaboran con el fin de manipular sus significados y ampliar las posibilidades de movilización social como proyecto político de visibilización de una identidad negra fluida y su deconstrucción en relación con la clase social baja.

La exigencia sobre la apariencia y el vestuario también la viví como intérprete. Un día había acordado acompañar al grupo Face the Music que reuniría ese día a tres mujeres y un hombre. Ya que estaba de moda el blanco, la directora María solicitó blusas y pantalones blancos a las mujeres. Yo debí darme prisa ese día para conseguir el pantalón porque no lo tenía. A pocas horas de la presentación la directora me llamó a avisarme el cambio del uniforme por uno diferente: tocaríamos en pantalón y chaleco de jean, con blusa clara o brillante. Por fortuna tenía una blusa brillante porque había tocado antes en una orquesta de salsa donde es común usar atuendos de este tipo. La directora me prestó un chaleco, que intercambié antes con una cantante, ya que el tono de jean que usábamos era más parecido. La tercera fotografía (figura 8) fue tomada después de esa presentación musical y publicada por María en su perfil personal de Facebook. María, localizada a la derecha de la imagen, organizó el orden de los músicos situando el cantor en la mitad, en la búsqueda de simetría según

el género. Me vi envuelta en las imágenes como formas de comunicación que informaban nuestro oficio y que nos mostraban como compañeros potenciales para otros colegas.



FIGURA 8.  
Face the Music y la autora  
Fuente: Facebook (31/01/2015)

## ¡Y que el aplauso sea para el público! Hiperritualización, excitación y ocultamiento

En algunas fotografías hay una hiperritualización, una exposición de los personajes estereotipados que exagera su escenificación ritual, de modo que la mayoría de espectadores los reconozca, como sucede en las imágenes fotográficas publicitarias (Goffman, 1991, p. 167). En tales fotografías la dramatización del músico es intensificada con un matiz fantástico o estereotipado a partir de la indumentaria y, a veces, de la intervención tecnológica. Esas imágenes, que presentan el papel del músico como mediador y estimulador de la excitación, pretenden la identificación del público con el momento y las emociones de la celebración, gozando de la fiesta, danzando, cantando o disfrutando del show. En las escenas aparecen pocas personas en primeros planos, lo que permite ver los gestos faciales de emoción, que no se observarían en fotos panorámicas del evento musical.

Hennion observa que el cuerpo del intérprete en las músicas populares es un mediador privilegiado en el que se instaura una “relación antiinstrumental”, en la cual el público desea vivir en su propio cuerpo la música, experimentar “la relación física con el cuerpo del propio cantante” (2002, p. 105). Así, la presencia del artista, aunque no se trate de un ídolo de masas, es fundamental para la creación de la *performance* en su función de estimulador de las emociones. Ahora bien, la predominancia del público en la heterónoma manifestación de los grupos de secuencias causa un sufrimiento en muchos músicos, quienes consideran que no hay una

realización plena de la profesión. Así me lo manifestó un cantante que se quejaba: “¡hoy la gente lo que busca es un *showman*... no busca músicos!”.

Como había señalado antes, los músicos son *ciborgs* al ejercer su labor en ensamblajes sonoros de máquina-humano, condición que las fotografías también expresan presentando a los artefactos y cuerpos cooperando para un mismo fin. Algunas de esas fotografías hiperritualizadas muestran personajes mediante la alteración digital y el uso disfraces que representen distintas fachadas del público, por ejemplo de madre, secretaria, padre, entre otras. Tales imágenes muestran los cuerpos de los músicos pero no realizando presentaciones de sí *online*, sino a fachadas del público, las cuales son proyectadas para el gusto de los espectadores y potenciales clientes, elaboradas de manera que ellos se vean reflejados en ellas. El anonimato de los intérpretes en un escenario masivo colabora para que el espectador-cliente se imagine en su lugar, sosteniendo el micrófono, expresando sus sentimientos “a todo pulmón”. Los *flyers* que ofrecen presentaciones musicales privadas son especialmente ricos en signos visuales. Algunos grupos los crean para las fechas de celebraciones institucionalizadas, como el Día de la Madre, el Día del Amor y la Amistad, Año Nuevo, entre otras. Según cada una, son incluidos elementos significativos que adornan cada paisaje fotográfico: copas de vino, ornamentos de fiesta y una playa son algunos.

Ahora bien, la efectiva excitación depende tanto de la calidad de la gestualidad de los intérpretes como de la voluntad del público para dejarse conmovir. El expresionismo de las fotografías, la humanización tecnológica y la precariedad laboral conllevaron al surgimiento de la mímica de la interpretación de los teclados por parte de algunos actores dentro de los grupos de secuencias. Es una acusación polémica lanzada a menudo por músicos *outsiders* que tiene poca relevancia entre los grupos de secuencias. Al respecto, una saxofonista señala:

Yo en vez de criticar, comprendí que esa persona invirtió un dinero en esos equipos y en ese piano y acarrearlo no es fácil. Hay clientes que ni siquiera les interesa si tocan, ni lo saben. Inclusive yo creo que para ellos es más importante que uno esté muy elegante y bien vestido, que la misma música. Por eso yo llevo a veces a mi compadre y él se hace en el piano, pero es mentira, él no está tocando. Los músicos tenemos que entender que hay que buscar oportunidades. Hay muchos pianistas que se quejan, pero deberían buscar espacios de trabajo y sus propias oportunidades.

Ejemplifico la hiperritualización con tres fotografías. En la primera imagen (figura 9), publicada por el perfil del grupo musical Viceversa (s. f.), la cantante encarna a una mujer de los años sesenta por su ropa y peinado, en una postura seductora, al lado de una aspiradora que se transforma en micrófono en sus manos. Su estilo sugiere que canta un emotivo repertorio de baladas de romance y desamor. Este género musical se ha renovado recientemente con el apelativo de *música plancha*, aludiendo al hecho de que era una música escuchada por mujeres y empleadas de servicio durante la realización de los oficios domésticos, y que los infantes crecieron escuchando junto a ellas. Así, es una práctica impregnada de la nostalgia de un pasado que permite al observador imaginarse en el ensueño de un canto emotivo. El segundo ejemplo (figura 10) es un fragmento de un video del grupo Calé, el cual fue publicado inicialmente en el perfil del grupo en YouTube (Grupo Calé, 2018) y después compartido por el perfil grupal en Facebook (perfil del grupo Calé, s. f.). En este, el cantor se autorrepresenta como un animador del show. En el fondo, las luces y las formas en movimiento aluden al dinamismo de su espectáculo, al baile, a la alegría. En el tercer ejemplo, un equipo de intérpretes en la imagen del perfil del grupo musical Zafrox (s. f.) ofrece el acompañamiento del Día de los Padres con diferentes opciones de show y repertorio. Uno de los músicos viste la ropa del *charro* mexicano, ícono en los grupos de música de *mariachis*, los cuales interpretan *rancheras* y *corridos*. Ese personaje está relacionado a una idea de masculinidad hegemónica y en ese sentido es un producto con alta posibilidad de demanda para esa ocasión.



FIGURA 9.  
Fotografía de hiperritualización. Romance  
Fuente: archivo fotográfico personal Diana Villegas



FIGURA 10.  
Fotografía de hiperritualización. Alegría  
Fuente: elaboración propia



FIGURA 11.

Fotografía de hiperritualización. Padre

Fuente: archivo fotográfico de Zafirox grupo musical

## Conclusiones

El propósito de este texto fue indagar acerca de los efectos y la agencia de las imágenes de los grupos de secuencias difundidas por sus intérpretes en las redes sociales mediante una etnografía en la que participé, además de investigadora, como flautista y espectadora. El trabajo de campo permitió comprender que los grupos de secuencias constituyen una producción cultural de alta heteronomía por su variedad de géneros musicales y de oferta económica. Es una manifestación surgida desde la experiencia de sujetos en el sur global que luchan por superar su condición subalterna, acudiendo tanto a las tecnologías sonoras y visuales, como al recurso de la copia en el marco de la globalización popular y del tercer espíritu del capitalismo.

A diferencia de otros intérpretes, la presentación de sí de los músicos de los grupos de secuencias apunta, como objetivo de su rol, a la estimulación de las emociones del público para acompañar sus conmemoraciones y momentos de diversión. La visualidad y las imágenes digitales son fundamentales para expresar la emocionalidad deseada. Las imágenes en particular pretenden *humanizar* la práctica musical, haciendo un contrapunto a la escasa calidez del carácter maquínico de la secuencia. De ese modo, agencian el mundo con sus cualidades y circulación como mediaciones que actúan sobre la realidad, transformándola. También el sonido electrónico de las secuencias pasa por un proceso de humanización que realizan los secuencieros al manipular el material sonoro para impregnarlo de un calor vital. Luego, los intérpretes acoplan sus voces e instrumentos a tales sonoridades en una reinención de su humanidad, como *ciborgs*. En ese sentido, los objetos no se limitan a adornos del escenario en el drama social, como es concebido por Goffman, sino que inciden en el mundo con sus potencialidades latentes, como apunta Hennion. Humanos y artefactos comparten una misma trama de socialidades que sostiene un mundo musical.

Los músicos que no tocan con los grupos de secuencias critican sus sonoridades electrónicas, que consideran carentes de calidez humana y de las habilidades corporales de los intérpretes como mediadores privilegiados de la música. Por su parte, aunque los intérpretes que tocan con secuencias concuerdan en la

necesidad de alterar el matiz robótico de la secuencia, consideran secundario un alto nivel de destrezas en el manejo del instrumento y la voz.

Así mismo, las imágenes digitales en redes sociales escenifican y coadyuvan en la producción de las interrelaciones, la solidaridad y la competencia que atraviesa a la música como práctica colectiva. Los músicos resisten a la vulnerabilidad laboral estrechando los lazos de solidaridad con la producción y publicación de imágenes acompañadas de textos de saludos, felicitaciones y agradecimientos. Aprovechan sus redes sociales para comunicarse *online*, donde dramatizan las presentaciones de sí en el esfuerzo por obtener reconocimiento y vigencia en el medio. La información compartida *online* se dirige tanto a colegas como a potenciales clientes. No obstante, Facebook funciona como escenario público donde poco aparecen las tensiones implícitas del oficio, ya que la preparación de los sujetos y las disputas explotan durante la interacción social, cara a cara, como pude experimentarlas, quedando ocultas en los bastidores.

Algunas imágenes representan de modo hiperritualizado el papel de los intérpretes y las distintas fachadas del público, mostrando efectos embellecedores, disfraces y formas coloridas. Mediante estos recursos y la alteración digital, buscan que los potenciales clientes se identifiquen con sus propios roles. En la información dirigida a futuros públicos y clientes, se presentan imágenes de sí que resaltan la mayor proporción de poder de esos actores sobre los intérpretes. Al crear una fachada dentro de convenciones de género y estética dominantes, los músicos, que provienen de las clases medias, negocian su posición subordinada para ser aceptados por públicos de todas las clases sociales. Así, tecnologías de visualidades y sonoridades agencian junto a humanos el mundo *ciborg* de los grupos de secuencias.

## Referencias

- Bacal, T. (2015). Por uma autoria ciborgue. Ou, os produtores estão chegando. *Revista Antropolítica*, (39), 19-47.
- Becker, H., y Faulkner, R. (2011). *El jazz en acción: la dinámica de los músicos sobre el escenario*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Blázquez, G. (2012). "I Love the Nightlife". Músicas, imágenes y mundos culturales juveniles en Argentina. *Trans. Revista Transcultural de Música*, (16), 1-26.
- Boltanski, L., y Chiapello, È. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.
- Bonetto, M. J. (2016). El uso de la fotografía en la investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 6(11), 71-83.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte. gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Bourdieu, P., y Bourdieu, M. (2006). O camponês e a fotografia. *Sociologia Política*, (26), 31-39.
- Cragnoigni, A. (2012). *Tenia una necesidad urgente de vivir el instrumento: valores, producción y posicionamiento de músicos populares y campo laboral*. Ponencia presentada en el Congreso da IASPM, Córdoba. Recuperado de <http://www.iaspmal.net/wp-content/uploads/2012/01/alejandracragnoigni2.pdf>
- Feld, S. (2013). Una acustemología de la selva tropical. *Revista Colombiana de Antropología*, 49(1), 217-239.
- Fragoso, S., Recuero, R., y Amaral, A. (2011). *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina.
- Giordano, M. (2016). Performatividad, reliquia y visibilidad. Apariciones de "lo andino" en la fotografía indígena argentina. *Diálogo Andino*, (50), 7-19.
- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Goffman, E. (1991). *Los momentos y sus hombres*. Barcelona: Paidós.
- Grupo Calé (2018, 17 de octubre). Si algún día la vez Grupo CALE Musicos Bodas Orquestas Cali Pereira Armenia Bogotá Manizales. *You Tube*. Recuperado de <https://www.youtube.com/user/dondydondy/featured>
- Guran, M. (2002). *Linguagem fotográfica e informação*. Rio de Janeiro: Gama Filho.
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Hennion, A. (2002). *La pasión musical*. J. Terré (trad.). Barcelona: Paidós.

- Llano, I. (2004). Los músicos en Cali: profesión, prácticas y público en el siglo XX. *Revista Sociedad y Economía*, (6), 132-155.
- Mizrahi, M. (2015). Cabelos ambíguos: beleza, poder de compra e “raça” no Brasil urbano. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 30(89), 31-45.
- Mowitt, J. (2015). Image. En D. Novak y M. Sakakeenky, *Keywords in sound* (pp. 78-86). Durham: Duke University Press.
- Packman, J. (2009). Signifying(G) Salvador: professional musicians and the sound of flexibility in Bahia, Brazil's popular music scenes. *Black Music Research Journal, Chicago*, 29(1), 83-126.
- Palau, P. (2016). “Yo toco de todo”: *configuração, interação social e mediações do trabalho musical nos grupos de sequencias em Cali, Colômbia* (tesis inédita de maestría). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Brasil.
- Palau, P., y Sallas, A. (2016). “Un repertorio para cada ocasión” interacción social e interdependencia en la clasificación de públicos por músicos en Cali, Colombia. *Controversias y Concurrencias Latinoamericanas*, 8(13), 80-89.
- Perfil del grupo Calé (s. f.). *Facebook*. Recuperado de <https://www.facebook.com/MUSICOSPROFESIONALES/?fref=ts>
- Perfil del grupo Conga y Sabor (2015, 12 de febrero). *Facebook*. Recuperado de <https://www.facebook.com/Conga-y-Sabor-106976729338/?fref=ts>
- Perfil del grupo musical Viceversa (s. f.). *Facebook*. Recuperado de <https://www.facebook.com/Viceversagrupomusical/?fref=ts>
- Perfil del grupo musical Zafirox (s. f.). *Facebook*. Recuperado de <https://www.facebook.com/zafirox.gruposmusicale sencali?fref=ts>
- Polivanov, B. (2013). Etnografía virtual, netnografía ou apenas etnografía? Implicações dos conceitos. *Esferas*, 2(3), 61-71.
- Ribeiro, G. L. (2010). A globalização popular e o sistema mundial não-hegemônico. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 25(74), 21-38.
- Rouillé, A. (2009). *A fotografia: entre documento e arte contemporânea*. São Paulo: Senac.
- Santos, B. S. (2010). *Para descolonizar Occidente: más allá del pensamiento abismal*. Buenos Aires: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales/Prometeo Libros.
- Serrano, J. (2012). La presentación de la persona en las redes sociales: una aproximación desde la obra de Erving Goffman. *Anàlisi*, (46), 1-17.
- Souza, J. (2008). *Sociologia da fotografia e da imagem*. São Paulo: Contexto.
- Taliani, K. (2015). Walking-with-sound: wellbeing, citizen empowerment and agency through mobile sound art. En I. Theona y D. Charitos (eds.), *Data to the people: 3rd International Biennial Conference* (pp. 1-5). Atenas: University Research Institute of Applied Communication.
- Yudice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona: Gedisa.

## Notas

- \* Artículo de investigación. El presente texto se desprende de una investigación de mi tesis de maestría en Sociología (Palau, 2016; Palau y Sallas, 2016). Agradezco la orientación de la Dra. Ana Luisa Sallas y los comentarios de los profesores Dr. Ángel da Silva, Dr. Paulo Guérios y Dr. Edson Farias, y de los colegas del Grupo Imagem e Conhecimento (UFPR) que alimentaron las reflexiones del presente texto.
- 1 Serrano (2012) propone observar la presentación de la persona en redes *online* a partir de los datos que completa en su *perfil personal*, condicionados por las opciones de cada plataforma digital, la información que brinda ocasionalmente sobre sus opiniones, gustos y recomendaciones, y el material audiovisual que comparte. A esto se le puede añadir actualizaciones de esa red como menciones de otros perfiles, la geolocalización, entre otros.
  - 2 Todas las fotografías y ejemplos fueron aprobados por sus protagonistas para ser usados en este trabajo.
  - 3 Rouillé (2009) nos alerta acerca de que la fotografía no informa una verdad, debido a que su tentativa de reproducción de la realidad siempre se da en un proceso que involucra las elecciones del fotógrafo, lo que intenta comunicar, los ángulos

y momentos que elige, los textos que la acompañan y sus contextos de circulación, de manera que lo verdadero de un hecho no se desvenda totalmente solo por su registro. En ese sentido, toda imagen no es una reproducción, sino una transformación de lo real (Rouillé, 2009, p. 77).

Licencia Creative Commons CC BY 4.0

*Cómo citar este artículo:* Palau Valderrama, P. (2019). Humanizando lo electrónico: las imágenes en el oficio musical de los “grupos de secuencias” en Cali, Colombia. *Universitas Humanística*, 88. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.uh88.heio>