

**SAN VICTORINO:
SÍNFONIDA DEL CAOS**

Realizado por:

ÁLVARO GARZÓN PULIDO

Trabajo de Grado presentado para optar por el título de
Comunicador Social en los campos de Producción Radiofónica y Audiovisual.

Directora del proyecto:

MARÍA URBANCZYK

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ÉNFASIS EN PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Y AUDIOVISUAL
BOGOTÁ
2008**

Bogotá, 31 de Enero de 2008

Señor
Jürgen Horlbeck
Decano
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Ciudad

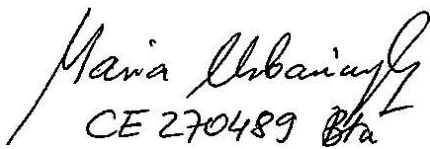
Estimado Decano,

Por este medio me permito presentar el trabajo "San Victorino – sinfonía del caos" realizado por el estudiante Álvaro Garzón.

Considero que dicho trabajo está listo para ser presentado como trabajo de grado ante la Facultad.

Confirmando que Álvaro Garzón fue asesorado por mí durante el segundo semestre del año 2007.

Atentamente,



CE 270489 Bta

Maria Urbanczyk
C.E. 270489 de Bogotá

CONTENIDO

Introducción

Bogotá Multisensorial

La identidad

La memoria

Crear memoria como apuesta a futuro

San Victorino En Blanco Y Negro

Comercio, consumo y publicidad sonora

Una paleta de grises

Un lugar no-lugar en el corazón de Bogotá

Cómo Se Ve Y Cómo Se Oye

Lo que se oye

Lo que molesta

Lo que se imagina

Un Día Toda Una Vida

Nacimiento de una idea

La desmitificación

En busca del Finis Africae

Los cuatro jinetes del Apocalipsis

Otros materiales

La armonía del caos

Un casting a campo abierto

Algunas elecciones

 Cómo se graba y demás

 Los micrófonos

 La estereofonía

 Las grabadoras

 En cuanto a la imagen

Enfrentando a la realidad

El montaje

 El tratamiento

La presentación del producto finalizado

Usos y fines

El Tesoro De La Preservación

Anexo 1: Sobre los micrófonos.

Bibliografía

BOGOTÁ MULTISENSORIAL

“Las ciudades son un conjunto de muchas cosas: memorias, deseos, signos de lenguaje; son lugares de trueque, como explican todos los libros de historia de la economía, pero estos trueques no son sólo de mercancías, son también trueques de palabras, de deseos, de recuerdos.”

Italo Calvino.

Pensar Bogotá, como pensar cualquier ciudad del mundo, implica traer a la mente un sinnúmero de imágenes. La imagen de los cerros verdes que parecen proteger a la ciudad del mundo que la penetra a diario por las pantallas de sus televisores al caer la noche y cuyos protagonistas se vuelven el fondo perfecto de las cenas capitalinas, del embolar los zapatos para el día siguiente, del revisar los cuadernos y las tareas de los hijos; pero no es ésta la única imagen que se tiene de Bogotá. Pensar en Bogotá implica sectorizarla “decimos que el centro es la Plaza de Bolívar; que el occidente es Ciudad Salitre, que el

norte es Unicentro, que el sur es el Hospital de la Hortúa y, cada vez más, el centro Comercial Ciudad Tunal, y que el oriente son sus cerros” (Silva, 2003, p. 35).

Al pensar en Bogotá es ineludible la imagen de casas y edificios que insinúan sus siluetas en tonos grises y terracota y dibujan un mapa irregular que se extiende más allá de lo que los ojos alcanzan a distinguir desde miradores como Monserrate, la vía a la Calera o la Torre Colpatria. Un mapa inmenso que se impregna del olor a contaminación de la décima, pero también del olor a casa, a tierra fría y gente amable, de un olor que sólo aquel que cierra sus ojos e imagina un paseo por el Parque Nacional puede evocar, ese olor del chocolate de La Puerta Falsa o de La Florida. Es la misma Bogotá que sabe a ajiaco, a puchero santafereño, a sancocho de gallina, a sobrebarriga con papas chorreadas y porqué no al mismo tamal con chocolate.

Sin lugar a duda, todas estas formas de pensar en Bogotá son en primera instancia un mundo de imágenes, de cuadros y secuencias que se animan en la memoria, pero estas imágenes, cargadas de gente, bolardos y ciclo-rutas se entremezclan en la memoria con el murmullo continuo de los habitantes de la ciudad, con el ruido insoportable de su tráfico y el ya habitual caminar de los pasajeros en las estaciones de Transmilenio. Sin embargo, es posible preguntarse ¿qué tan conscientes son sus habitantes del sonido de la ciudad?

Pues bien, el presente trabajo tiene como punto de partida una conciencia de dicho sonido, una curiosidad por la misma ciudad y “las potencialidades secretas que posee la ciudad desde sus murmullos, signos, lenguajes, ruidos y silencios” (Arango, 2003, p.11). Buscando

internarse en los ritmos de la urbe, en las mezclas de sus sonidos, en sus voces y la algarabía constante de sus calles; buscando entender como suena y como se ve una ciudad que nunca duerme. Partiendo desde el concepto de la comunicación urbana, como un incansable monstruo que devora ruidos caóticos, palabras perdidas, músicas ligeras e imágenes revueltas; un sinfín de mensajes que buscan llegar a algún receptor pero que se mezclan e inundan las calles, plazoletas y parques bogotanos. Articulando así el registro con los conceptos de comunicación. En la medida en que se entiende a Bogotá como un espacio infinito para la interacción y el intercambio comunicacional.

Es pertinente en este punto, destacar como se presenta en este trabajo “el pretexto para que el lector-ser urbano [el escucha], perciba la ciudad sonora, la parlanchina, que empapa los territorios, cambia las visiones y crea relieves a través de las dinámicas comunicacionales” (Arango, 2003, p. 12). Para llevar así, de los cuadros e imágenes que el escucha crea en su mente, a los verdaderos cuadros recortados en la película por el ojo editor del fotógrafo y articular así los imaginarios del escucha con las realidades de su ciudad. Todo esto para devolver la vida a espacios que hacen parte de Bogotá, pero que están mediados tanto por los estereotipos como las formas de uso que a los mismos se les da.

La identidad

La identidad surge en este punto como un concepto clave que será el engranaje entre los fines mismos del registro y los espectadores a los que va dirigido. Pero entonces, vale la

pena aclarar que el concepto de identidad, se trata en el presente trabajo, como capacidad de reconocerse con relación al entorno y la historia e implica un descubrir continuo del concepto de sí mismo y el papel de individuo en la sociedad. Entonces la identidad en este registro es un concepto que si bien conserva mucho de la noción psicológica, también dista de él por cuestiones de aplicación práctica.

Entonces, la identidad se concibe como un proceso, en el que las similitudes entre padres e hijos, la existencia de la imitación y los procesos de socialización, dan pie a que el individuo en su interacción con los diferentes grupos a los que pertenece llegue a internalizar comportamientos y costumbres, que luego reconocerá en la sociedad en la que se ha desarrollado, identificándose con sus espacios y prácticas, y llevándolo así a la toma de decisiones respecto de su comportamiento y por medio de procesos complejos, que indiscutiblemente están relacionados con la memoria, el individuo se hace parte y se reconoce como miembro de su comunidad. Entonces bien, el presente registro debe hacer referencia a la memoria y a la identidad, como conceptos claves para su desarrollo y producción, para articular los sonidos como parte de dicho reconocimiento en la medida que plasman el comportamiento urbano y social de su ciudad. Así es que, si el individuo se reconoce como ciudadano por medio de lo que ocurre en los diferentes puntos de Bogotá, podrá entender los sonidos como parte de su propia identidad. Ahora, aclarado en unas cuantas líneas éste concepto, que bien podría ser tema para una monografía psicológica, se hace pertinente y necesario hablar de la memoria.

La memoria

Fisiológicamente los recuerdos son originados por variaciones de la capacidad de transmisión de una neurona a la siguiente, como resultado de una actividad neuronal previa. Esas variaciones hacen que se desarrollen nuevas “vías facilitadas de transmisión de señales a través de los circuitos neurales del encéfalo” (Guton-Hall, 1997, p.804), estas nuevas vías se denominan “huellas mnemónicas” son importantes, debido a que una vez establecidas pueden activarse por la mente pensante para producir los recuerdos.

En este punto es importante resaltar que el ser humano cuenta con dos tipos de memoria; la negativa y la positiva. En el primero de los casos, el encéfalo inundado por información sensorial, procedente de todos los sentidos, aprende o ignora la información que carece de importancia; generando la “habitación”. En el segundo; la memoria positiva, el cerebro tiene la capacidad de almacenar las ya descritas huellas mnemónicas, con el fin de reconocer la información de estímulos de consecuencias importantes, como el placer o el dolor; este proceso se denomina sensibilización. Lo anterior da pie a que se generen tres tipos de memoria, una a corto plazo, que incluye recuerdos que duran segundos o en el mejor de los casos minutos; la memoria intermedia, que dura días o semanas pero que finalmente se pierde y por último la memoria a largo plazo; que dura años e incluso toda la vida; dicha memoria, puede ser evocada cuando se repiten los estímulos sensoriales; como sonidos o imágenes asociados a la vivencia primaria que dio origen a la huella mnemónica,

que es recorrida nuevamente por el ser humano, experimentando en su cerebro las sensaciones que vivió en el momento de aprendizaje.

La anterior definición de la memoria permite entender cómo es que la memoria individual no resulta ser tan personal como se imagina; ya que es el resultado de aprendizajes sensoriales o en palabras de Fentress: “los recuerdos que constituyen nuestra identidad y proporcionan el contexto para cada pensamiento y acción no sólo son nuestros, sino que también los aprendemos, tomamos y heredamos en parte de unas reservas comunes, construidas, sostenidas y transmitidas por las familias, las comunidades y las culturas a las que pertenecemos” (Fentress, 2003, p.12). Por lo que se hace indispensable entender cómo la formación y las vivencias de cada ciudadano influyen en su forma de apropiarse y de leer los diferentes sectores de la ciudad.

Pero entonces ¿cómo es posible mantener en la conciencia de los bogotanos lugares emblemáticos de su ciudad? ¿Cómo fortalecer las huellas de actividades comunicacionales y procesos de interacción social que se pierden en la inmensidad del paisaje bogotano?

El camino sin lugar a duda es uno solo; hay que crear documentos que dejen constancia vivida de tales aspectos, que generen reflexiones y recuerdos en los habitantes de Bogotá. Documentos que sirvan como soporte a las generaciones venideras, para evocar y recorrer los pasos andados por la ciudad, y con la fuerza de su pasado enfrentar el futuro. Es indispensable recolectar y dejar constancia de la vida propia de la ciudad, para que

traspasando los imaginarios y la inclemencia de los años, la realidad actual de Bogotá permanezca viva como soporte de la conciencia bogotana del futuro.

Crear memoria como apuesta a futuro

Ahora bien, con base en lo anterior es evidente que; para tener conciencia de si mismo es necesario tener memorias. Memorias de ciudad, de sociedad, memorias que permitan reconocerse en un futuro como lo que se fue y lo que se tuvo, bueno o malo, memorias que permitan evocarse, sentir que hay un lugar donde se han plantado las raíces que han permitido crecer como sociedad, como ciudad. Pues bien, ésta es la premisa que da pie a este trabajo.

Una de las formas más comunes de memoria urbana es la imagen. La imagen cualquiera que sea (una pintura, un plano, un dibujo o la misma fotografía) posee un valor documental propio, nacido no sólo de su contenido, sino también, de su misma realización; la imagen como tal da cuenta de algo específico. Por un lado su contenido es la razón de su existencia, es el fin de su ejecución; es aquello que su autor busca retratar; pero su realización, la fidelidad con el original, es lo que brinda la veracidad al registro. Entonces la imagen se convierte así en un documento de valor histórico, ya que materializa un momento de la realidad.

Entonces, las imágenes solidifican aquella memoria que existe en las mentes e imaginarios de los ciudadanos; sin embargo, los sonidos de aquellos lugares propios de la ciudad que dan vida a las imágenes que se tienen en la mente, desaparecen conforme mueren las personas que vivieron los momentos retratados y las imágenes van adoptando con el paso de los años los sonidos venideros de las nuevas versiones de esos lugares. Y se pierde así el verdadero registro sonoro de plazas, cafetines y pasajes bogotanos en imágenes de fotografías sepia que ahora suenan a supermercados, discotecas y centros comerciales.

Ahora bien, si se toma en cuenta el enunciado propuesto por Catalina Arango:

La comunicación tiene el poder ilimitado de crear nuevos sonidos y murmullos que sugieren, o a su vez conforman, innumerables imágenes en movimiento y acontecimientos dramáticos. (2003, p. 15).

Se entenderá cómo el registro de imagen sin sonido pierde la vitalidad de su realidad. Entonces surge la preocupación por un documento que deje constancia del sonido de la ciudad y que articulado con la imagen genere una memoria real de Bogotá para las generaciones venideras.

Pero, ¿cómo pensar en Bogotá, sin pensar en la Carrera Séptima, la Calle Veintiséis, la Carrera Décima, la Avenida Circunvalar, La Caracas o el Eje Ambiental? Pues bien todas estas avenidas confluyen en una sola localidad; la Localidad N° 3 del Distrito Capital de Bogotá; la localidad de Santa Fe. Sin embargo, Santa Fe no es una localidad en la que sólo

se encuentran las más importantes y tradicionales vías de la capital colombiana, sino que también es sede de sus puntos de desarrollo más representativos de la ciudad.

Allí encontramos puntos como: el Centro Internacional, que se yergue en los que fueron los terrenos de la Barburata, en los que antaño se construyeron la Iglesia y el Monasterio de San Diego. En 1861 se otorga a la Beneficencia para la construcción de un panóptico y para 1883 se construye en estos mismos terrenos el Parque Centenario y al año siguiente la cervecería Bavaria. Desde estas fechas la localidad de Santa Fe no ha dejado de ver como el progreso y el crecimiento de la vida citadina se pasean por sus calles. Después de la mitad del siglo anterior, se construyen los altos edificios de estilo internacional, como el de Avianca y la Torre Colpatria, al tiempo que edificios de apartamentos que cambian los esquemas arquitectónicos y conceptos de construcción en la fría capital como Las Torres del Parque.

Es así, como actualmente el Centro Internacional y con él la Localidad de Santa Fe, se consolida como el segundo punto financiero más importante de la capital, ya que allí se encuentran algunas de las sedes principales del sector bancario, negocios, restaurantes y universidades. No obstante en la Localidad N° 3 la economía no es exclusiva del sector de la banca, también se destaca la hotelera, el turismo y un carácter comercial que se respira por toda la localidad. Es justamente allí en la Localidad de Santa Fe que se encuentra uno de los sectores, que desde la época de la Colonia se ha consolidado como el barrio comercial por excelencia y tradición de la capital: San Victorino.

San Victorino se convierte pues en un contexto propicio para ver, oír, escuchar y entender la ciudad de Bogotá; ya que es un sector tradicional de la capital, cargado de imaginarios y marcas que lo han aislado en el propio corazón de la ciudad. Sin embargo, este sector rodeado de prejuicios aglutina en sus espacios la mayor diversidad de habitantes y seres urbanos, quienes cargados con sus quehaceres, voces, murmullos y rutinas recrean la diversidad bogotana, con personajes procedentes de todas partes del país, de todos los estratos sociales, de todas las razas y todo tipo de intereses que se reúnen en sus calles, locales y espacios públicos para hilvanar el tejido social fundado en “uno de los configuradores de sentido dominantes en la ciudad actual... **el consumo**” (Medina,2003, p. 12).

Es entonces San Victorino, el espacio en el cual se desarrolla éste trabajo de registro de la ciudad, como punto de partida para la creación de una memoria urbana que perdure e instruya a futuros bogotanos para que en él puedan reconocerse, recordar su procedencia, su pasado en cuanto a relaciones sociales y comerciales, su existencia como parte de una historia concreta en espacios determinados, su posición frente al mundo con referentes del pasado, que les permita enfrentar los tiempos futuros con bases sólidas en memorias perdurables.

Es desde esta perspectiva como se ha recorrido la plaza; se ha experimentado, se ha saboreado, visto, palpado, se ha olido y sobre todo se ha oído en búsqueda de un descubrir las relaciones sociales y los procesos comunicantes que en ella se presentan, intentando enajenarse de una realidad tan propia para descubrir y reconocer así las imágenes y los

sonidos que conforme pasa el tiempo se pierden en la memoria y se reducen a puntos marginales de la ciudad; para descubrir ritmos ocultos que pululan por Bogotá pero que con las concentraciones de masas se hacen evidentes en las calles angostas y la plaza que los acoge con la mirada indiferente de La Mariposa* .

* La Mariposa es una escultura del maestro Edgar Negret ubicada en la Plaza de San Victorino en la ciudad de Bogotá.

SAN VICTORINO EN BLANCO Y NEGRO

“San Victorino es uno de aquellos lugares que nos enseña que las ciudades son seres vivos, con alma, esperanzas y nostalgias, que sin pasado no tienen identidad y sin futuro no tienen sentido.”

Alcaldía Mayor de Bogotá.

Mapa San Victorino: El Renacimiento del Centro.

San Victorino, por tradición e historia se ha consolidado desde los primeros años de la patria como un sector comercial por excelencia. Los viajeros que arribaban desde el mar Caribe por el río Magdalena hasta Honda encontraban en San Victorino ya a mediados del siglo XVI el principal acceso de sus mercancías a la ciudad. Durante la Colonia se convirtió en “el mayor mercado de maderas y ganado de la época” (Alcaldía Mayor de Bogotá). Con el ferrocarril y la construcción de la Estación de la Sabana en el siglo XIX, San Victorino se consolidó como una de las plazas vitales para el comercio y la economía, no sólo capitalina sino de toda la región.

Para el siglo XX San Victorino se enfrentó a los que tal vez han sido los cambios más duros de su historia. San Victorino fue epicentro de los disturbios del 9 de abril del 48, no sólo

por la altísima concentración de ferreterías que tras ser saqueadas abastecieron a las masas iracundas de machetes y herramientas, sino por los emboladores, que tanto aprecio y simpatía profesaban por Gaitán. Después de su destrucción y reconstrucción la plaza se adecuó como parqueadero y en los meses de diciembre se practicaba allí la venta de pólvora. Ya para el 63 la plaza toma un rumbo completamente diferente y alberga a los vendedores ambulantes del sector en unas galerías que llevaran el nombre de Nariño, como homenaje al prócer fusilado en la misma plaza.

Para el año de 1998 el incremento de los vendedores ambulantes y el mal estado de la plaza y sus alrededores llevaron a que la Alcaldía Mayor de Bogotá y algunas agremiaciones de comerciantes unieran esfuerzos, después de cruentas batallas, para recuperar tanto la plaza como el sector, cambiando para siempre la cara de un sector que en menos de un siglo se había venido a menos. En la actualidad San Victorino es uno de los encargados de surtir de mercancía a compradores mayoristas y al detal, gracias a la variedad de productos que se ofrecen a precios increíblemente bajos, que le permiten sostenerse, a pesar de los cambios urbanos, como uno de los sectores comerciales más competitivos en el país.

Comercio, consumo y publicidad sonora

Es casi imposible referirse a San Victorino sin referirse al comercio. Entonces, buscar sus raíces, no es tan fácil como buscar su historia; ya que es como buscar las raíces del

comercio. Sin embargo hasta el momento se ha tocado el concepto de forma tangencial, pero hacen falta entonces unas cuantas palabras sobre el comercio.

El mismo comercio que surge en el neolítico como bien lo narra Ferrer cuando; el ser humano se vuelve sobre la tierra y empieza a cultivar, dejando su naturaleza nómada surgiendo así la posibilidad de intercambios y el consumo de bienes y servicios que llevarían a los fenicios al punto más alto de su desarrollo como la súper potencia mundial de la antigüedad (Ferrer 2002, p.19). Y junto con el comercio nace la necesidad de la publicidad y arranca así una historia paralela, en cuya narrativa se mezclan indiscutiblemente la evolución social del hombre y la de la publicidad.

Entonces, desde el principio de su historia el ser humano que se congregaba en comunidades para suplir sus necesidades básicas de supervivencia y satisfacción sexual; o como mejor lo dirían las palabras de Shopenhauer, la amistad y el amor, cambió su estructura social gracias al intercambio de bienes. Así, poco a poco esa sociedad de supervivencia se convirtió en una sociedad de consumo, fundada ya no en la satisfacción de necesidades básicas sino en la satisfacción de deseos; tal sociedad de consumo “justifica su existencia con la promesa de satisfacer los deseos humanos” (Bauman, 2005, p.109). Sin embargo, dichos deseos humanos nunca serán del todo satisfechos, por lo que la promesa de una sociedad del consumo resulta sin lugar a duda la más tentadora de las opciones, en la medida en que siempre se buscará más y más. Por lo cual, es importante resaltar que los deseos del consumidor, no son producto de satisfacciones de necesidades básicas, sino que por el contrario son el producto del ingenio publicitario; que surge con el comercio y se

encarga de hacer que el comprador sienta una necesidad creada de adquirir los productos del vendedor, impulsado ya no por una necesidad que suplir, sino por cómo y con qué esa necesidad se sule de la mejor forma posible, encajando en estándares sociales y con precios que bien estén a su alcance o no superen por mucho sus capacidades y limitaciones financieras. Es justamente este tipo de realidades las que se encuentran en las calles de San Victorino.

Sin embargo, la publicidad en San Victorino se presenta de formas arcaicas, como con la figura del perifoneo o la del voceador que no dista mucho de los pregoneros de la edad media o los hombres-heraldo de los mercados babilónicos y que datan más de 2.500 años como bien los relata Herotodo. Igualmente el historiador griego relata que en Lidia, antigua región ubicada al oeste de la península de Anatolia, donde hoy se encuentran [Izmir](#) y [Manisa](#) (provincias turcas), “aparecieron las primeras tiendas fijas con voceadores que instaban a los transeúntes a penetrar y comprar en ellas, mediante frases halagadoras y sugestivas” (Ferrer, 2002, p.21) comportamiento que aún hoy vive y pulula en las calles de San Victorino. No obstante, años después Fenicia encontrará un rival digno en la carrera comercial de la antigüedad; Grecia. Y es justamente allí, donde llega a perfeccionarse “el oficio publicitario del pregonero”, dónde el ágora alterna las asambleas de los filósofos con las de los mercaderes como bien lo menciona Ferrer; los oficios económicos, toman allí un papel protagónico igual de importante que los del espíritu. Es también en Atenas donde se levantan las primeras tiendas de lona o junco, para la venta de las que se pregonaban en la época como las mejores mercancías del mundo antiguo; “que luego se albergarán en edificios casi monumentales” (Ferrer, 2002, p.21).

Pues bien surge así en la antigüedad, el espacio propicio para “cultivar el arte del pregón en todas sus intensidades y estilos” (Ferrer 2002, p.21). Sin embargo, aunque el pregonero o voceador y el oficio del perifoneo, sean muy populares en San Victorino, éste no es el único tipo de publicidad que se encuentra en las calles y pasajes comerciales del sector bogotano. Es muy conocido también por los comerciantes de San Victorino, el uso de carteles, pancartas y avisos que de forma escrita cuentan a la clientela los productos que se tienen y los precios a los que se ofrecen; además de hacer recomendaciones o anuncios a sus visitantes; como aquel que en una tienda de dulces en el costado oriental de la plaza reza así:

“Señor ladrón: le sugerimos no seguir frecuentando este establecimiento, pues está perjudicando el negocio, y como cliente usted no me interesa. Favor respetar el almacén y no cogerlo de escondite.”

Pues bien, este tipo de artificios que incluyen también mensajes comerciales, ofertas y descripción de productos, son elementos publicitarios que remontan a los comerciantes de Mesopotamia, quienes colocaban en sus puertas enseñanzas en relieve para aclarar a sus clientes el tipo de actividades que realizaban y atraerlos a comprar en sus tiendas. Aunque su desarrollo tardó muchos años y debió esperar hasta los romanos, quienes introdujeron a este tipo de anuncios los recursos gráficos y artísticos de las ilustraciones. Entonces es posible rastrear la publicidad del sector de San Victorino en un recorrido remoto por la historia de la humanidad; pero a pesar de que sus técnicas sean ancestrales, no dejan de ser

llamativas y muy curiosas, sobre todo en una era donde la tecnología se ha hecho cargo de la publicidad y del contacto entre vendedores y compradores.

Una paleta de grises

Sin lugar a duda, es San Victorino un lugar de contrastes; en él se combinan la memoria y el progreso. Es un lugar donde se encuentran por oposición muchos factores de la vida urbana, convirtiéndose en un espacio de sociabilidad, llegando a ser, con el paso de los años “un patrimonio de todos, un patrimonio público, que a todos nos pertenece y que para mantenerlo necesita que no olvidemos su historia” (Alcaldía Mayor de Bogotá. Mapa San Victorino: El Renacimiento del Centro). En el cual cada ser urbano encuentra y lee un sentido diferente dependiendo de su relación con el sector, del uso que de él haga y de qué tan familiarizado esté con su realidad y problemáticas sociales.

En San Victorino el paisaje conformado por monumentos; edificios, algunos de ellos emblemáticos; calles; esquinas; locales; edificaciones famosas y anónimas, es posible identificar un escenario dispuesto para todo y para todos, para los voceadores que ofrecen sus mercancías, para los compradores con experiencia, para los dueños de los locales, sus empleados y hasta para el transeúnte que desprevenido transita sus plazas sumido en una amalgama de sonidos e imágenes. No obstante, es un punto neurálgico, que se complementa y obtiene sentido sólo con las prácticas que allí se realizan, por los usos que de los espacios se hacen para crearse y recrearse en cada lectura. Es así, como San

Victorino genera y entretiene un discurso único cargado de contradicciones y paradojas. En otras palabras San Victorino “es un texto muy complejo, una escritura colectiva en la que se puede leer la cultura de quienes la habitan” (Medina, 2003, p. 9) en el que cada bogotano vive semióticamente, recorriendo el sector, leyéndolo, interactuando con el texto complejo que lo configura, para comunicarse con él, para utilizarlo, y hacerlo suyo, dependiendo de sus intereses y relaciones con él mismo, como lo explicaría Medina.

Así que, San Victorino y sus sonidos en medio del centro de la capital de la ciudad ayudan a entender las palabras de Silva cuando escribe: “Bogotá todavía tiene la cabeza en el ombligo: aún supone que ella es Colombia” (Silva, 2003, p.36), ya que en ellos reconocemos los diferentes acentos de este país, los tratos para con las demás personas, sus diferentes ritmos musicales, sus percepciones comerciales y las realidades que confluyen en un sólo sector ya no bogotano sino colombiano.

Y es que, San Victorino es un espacio de ambigüedades, en el que conviven lo nuevo con lo antiguo; el silencio con el ruido; la economía de sus productos con los millones de pesos que en el sector se mueven; es un lugar de paso para muchos y el sector donde transcurre la vida entera para otros. Pero como el blanco y el negro, dichos contrastes no se anulan entre sí, sino que por el contrario crean una gama de posibilidades y tonos diversos que enriquecen la ciudad y sus capacidades comunicativas; creando niveles de lectura y apropiación para cada bogotano que se acerca a transitar sus calles, a visitar sus locales o a trabajar en ellos. Y es justamente esta gama de contrastes la que vale la pena registrar, ya no en un retrato, ya no en una imagen quieta e inmutable, sino en un registro audio-visual

que explique como el flujo, el movimiento y la vida de un sector reflejan realidades de toda una ciudad.

Un lugar no-lugar en el corazón de Bogotá

“los no-lugares no existían en el pasado. Son espacios propiamente contemporáneos de confluencia anónimos (...) Apenas permiten un furtivo cruce de miradas entre personas que nunca más se encontrarán.”

Marc Augé.

El no-lugar es un espacio creado por la mirada de los individuos que se enfrentan a él. Es así como un no-lugar para algunos resulta ser un lugar para otros. Es éste el caso que se aborda en el presente trabajo.

San Victorino es para muchos un espacio de tránsito, al que se acercan a conseguir algunos productos a precios realmente bajos; no obstante no es concebido como un lugar de estadía, no sólo por el hecho de que allí no pernocte la gente, sino por el hecho de que es un lugar que no representa los ideales capitalistas de la sociedad de consumo, en la medida en que los deseos de los ciudadanos pueden llegar a satisfacerse de formas diversas y económicamente cómodas. Entonces, San Victorino es para la mayor parte de los bogotanos un no-lugar, partiendo de la definición de Augé: “un espacio que no puede

definirse ni como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico” (Augé, 1992, p.83). He aquí que el lector pueda refutar muchos de los puntos aquí presentados, debido a que como ya se ha estudiado San Victorino cuenta con una amplia historia y demás.

Pues bien, se ha de decir al respecto, que justamente por la historia del sector es que se ha perdido en la memoria de los ciudadanos como punto de referencia e identificación en la ciudad; todo esto debido no sólo a los ideales sociales estructurados en las bases de la ya mencionada sociedad de consumo. Entonces San Victorino se convierte para los bogotanos en un no-lugar de viejas vidas, que en algunos momentos de la historia fue epicentro de grandes acontecimientos, pero venido a menos por el transcurrir de los años, hasta el punto que en el siglo pasado llegó a ser “un parqueadero de muy mal aspecto, rodeado de prostíbulos y convertido en un estercolero público”. Es así, como la imagen de un sector se ha desvirtuado hasta el punto de pasar de ser un lugar a un no-lugar.

Entonces, San Victorino se convierte en el escenario para pensar cómo junto con el progreso y el desarrollo, han venido creciendo desde hace mucho tiempo un sinnúmero de relaciones, imaginarios, significados y paisajes que alteran la naturaleza del sector, como un lugar antropológico, y que de la mano con los intercambios culturales y comerciales, que allí se presentan, crean todo un concepto de interacción y flujo de personas, mundos e ideas en un espacio público, donde el individuo se pierde y se convierte solamente en un cliente más. Este tipo de tratamiento por parte del sector hacia sus visitantes hace que ellos mismos en un comportamiento narcisista, tomen con relación a San Victorino un comportamiento tal que devalúa sus posibilidades de identificación y lo convierten en un no-lugar.

Pero se hace necesario entonces, definir el espacio público como tal para poder abordar así un escenario tan complejo como lo es la Plaza de San Victorino en la ciudad de Bogotá. Tal y como lo plantea Augé el espacio público puede definirse como lo contrario del espacio privado, donde se gesta y nace la opinión pública, la cual generará debates al interior del espacio privado, o en propias palabras del autor “el espacio público es el espacio del debate público”(Augé, 2001). Pero he aquí que el debate que surge de un lugar como San Victorino, reduce su capacidad de generar impacto en el sector privado partiendo de los imaginarios y significados que al mismo asigne cada individuo, ya que las diferentes concepciones que cada sujeto tenga de un espacio urbano como San Victorino, el cual llegó a consolidarse como un espacio en el que se hacían presentes las dos modalidades básicas del espacio público ciudadano: la calle y la plaza, se convierte paulatinamente en un escenario de encuentros y desencuentros, de conflictos entre las visiones e intereses de los ciudadanos. Y se desdibuja en los imaginarios de cada bogotano.

Por esto es posible entender como una plaza, definida por la Real Academia: “(Del lat. vulg. **plattĕa*). **1.** f. Lugar ancho y espacioso dentro de un poblado, al que suelen afluir varias calles. **2.** f. Aquel donde se venden los mantenimientos y se tiene el trato común de los vecinos, y donde se celebran las ferias, los mercados y fiestas públicas. **3.** f. Espacio, sitio o lugar”. La misma plaza que Medina Cano define como el espacio para la permanencia, el símbolo del arraigo, de lo establecido, se convierte en un no-lugar, en la materialización de un territorio donde no se expresan relaciones, ni historias y mucho

menos identidad, porque se convierte en un lugar de paso un sitio de foráneos en la capital a donde se acude por la errancia singular y consumista (Augé, 2001).

Puede empezar a rastrearse desde aquí que este tipo de espacios se perfilen en la ciudad de Bogotá como no-lugares, espacios contemporáneos de confluencia anónima, donde personas que nunca más se encontrarán, se instalan y se conectan mediante miradas o intercambios comerciales, haciendo y deshaciendo relaciones al azar sin conservar una identidad más allá que la del comprador, el transeúnte o el curioso que desde su perspectiva subjetiva evalúa lo que sucede sin involucrarse ni con el espacio, ni con lo que allí ocurre.

Sin embargo, es necesario plantearse que más allá de este tipo de relaciones, en San Victorino se plantean otra serie de vivencias, de relatos, porque San Victorino y la misma ciudad se consolida como dice Barthes en “un discurso, y este discurso es verdaderamente un lenguaje: la ciudad habla a sus habitantes” (Medina, 2003). ¿Qué dice San Victorino al transeúnte que lo visita? ¿Qué legado deja en cada uno de los compradores incautos que buscan en sus puestos los mejores precios del mercado de la capital? Vale la pena hacer este tipo de cuestionamientos mientras se considera cómo el sector es leído por quienes allí se encuentran, y que tejen junto con la arquitectura, las calles, el comercio y los habitantes de la plaza un discurso que narra un sinfín de historias económicas, políticas, de intereses y poderes que se debaten en el corazón de Bogotá.

Son justamente este tipo de textos, los que pasan desapercibidos bajo el perifoneo constante de los pregoneros. Los clientes pasan por el sector, comprendiéndolo sólo como un espacio

de compra y venta de algunos productos, pero no como un punto de identidad que guarda en sus relaciones buena parte de los rasgos propios de la ciudad. No percibe entonces el comprador que San Victorino refleja en sus habitantes, realidades como la migración de colombianos de todas las partes del país a Bogotá; en sus voces San Victorino ofrece todo un abanico de acentos, dichos y culturas; si se recorre el sector se encuentran todos los estratos sociales, en los dueños de almacenes, gerentes de centros comerciales y grandes comerciantes se hace presente un estrato económico alto, pero en los vendedores y empleados se pueden recorrer los tratos y expresiones típicos de un croquis bogotano que recorre desde las clases medias hasta las personas más humildes de la ciudad; todo esto sin tener en cuenta los habitantes de la calle, que también se hacen presentes en sus calles, con el fin de encontrar en un mercado de inmensas proporciones un corazón bondadoso e ingenuo que con una moneda regalada pague unas cuantas horas de vicio.

San Victorino ofrece entonces a los ciudadanos diversas interpretaciones cuyas “lecturas son diferentes; dependen de la forma de convivir con el espacio de interactuar con sus congéneres en dicho medio, de asimilarlo según las vivencias individuales y colectivas” (Rojas; Reverón, 1998). O como lo mencionan Rojas y Reverón “un espacio de poder que refleja en cierta medida el tipo de conflictos que tiene la sociedad a la que pertenece” (Rojas; Reverón, 1998).

Entonces, hay que aprehender el sector de San Victorino, pero ya no planteado como un no-lugar, sino como lugar de intercambio, como lugar de lenguaje, de relación, de historia. Porque es en un escenario como la Plaza de San Victorino donde se gestan todo este tipo de

conceptos, a los ojos de todos pero ignorados y casi excluidos por los imaginarios colectivos. Resulta obvio al hacer un recorrido por los trabajos hechos con base en este sector de la ciudad que se le toma sólo como un espacio físico al servicio del comercio y la infraestructura ciudadana, dejando de lado la riqueza de sus intercambios comunicacionales y los sujetos que allí interactúan, comercian y viven.

Es así, como la Plaza de San Victorino en Bogotá puede entrar en el debate de cada uno de los hogares cuando se parte del hecho de que es un no-lugar; un sitio de circulación y consumo, de paso que se asocia al imaginario que cada individuo forma de esta plaza; o como lo denominaría Augé un “no-lugar objetivo”; y que se asocia al imaginario que se forja dependiendo de la experiencia personal con dicho espacio. Pero, ¿qué hay de las personas que pasan allí los días de su vida, para quienes la Plaza de San Victorino es un lugar, un punto de encuentro, un espacio donde se inscriben marcas de identidad, de relación con el entorno y con el otro? Y es que no resulta ingenuo pensar en aquellos para quienes la Plaza de San Victorino aun cumple su papel de elemento estructural, en torno al cual se estructura el barrio en si mismo, y un punto de encuentro, un lugar de convergencia donde participar e interactuar con sus compañeros de trabajo, con sus colegas vendedores, lustrabotas y demás donde se intercambia no sólo el producto, el bien o el servicio por la moneda; sino también las actividades sociales, donde se forma y recrea la cultura; y que da pie al principio de la dinámica urbana (Medina, 2003).

Aunque pareciese confuso éste concepto y la posición que del mismo tomase el autor llegase a ser ambigua, es necesario entender que en un ámbito de pos-modernidad en el que

no solo las culturas se hibridan, sino que los mismos conceptos parecen tener tal naturaleza, el individuo parece ir y venir en las mismas teorías hasta el punto de perderse en los pros y contras que surgen al configurar una posición en un mundo donde se hace natural la apropiación de elementos de varias sociedades. Pero no es un punto de preocupación, como ya lo trataría Canclini en sus “Culturas Híbridas”, el mundo se encuentra en esta era en un punto en el que los elementos se cruzan por encima de de las formas nítidas de pensamiento y generan conceptos que desplazan las relaciones comunes de los seres con su entorno y es justo este punto de la ciudad el que aquí se aborda. Es esa capacidad entre de apropiación en medio de la globalización la que permite definir a San Victorino como un no-lugar, a pesar de que como ya se ha visto es un lugar muy fuerte en la vida bogotana* .

* Vease Culturas Híbridas de Néstor García Canclini.

CÓMO SE OYE Y CÓMO SE VE

Resulta apasionante referirse a temas como el sonido y la imagen. Sin embargo, es preciso para la comprensión del presente trabajo entender a niveles básicos lo que se entiende por sonido, lo que escucha el ser humano, cómo es que el sonido puede traer consigo efectos adversos, tanto fisiológicos como psicológicos y transformarse así en ruido, cómo se captura y se trata dicho sonido. También, es indispensable entender los principios básicos de la fotografía, como imagen que apoya parte del proyecto. Es necesario entender cómo el sonido es un agente evocador y cómo se usa en el presente trabajo, para después pasar a entender cómo se articulan y estructuran dichos registros en el montaje y las teorías aplicadas al montaje del presente producto.

Lo que se oye

“El sonido se produce cuando ondas de energía chocan con la materia y generan vibración en sus partículas.”

Juan Carlos Valencia.

Según el Centro de Atención Especializada en Salud Ocupacional (CASO), del Seguro Social, como organismo rector de la salud de los colombianos; el sonido es un fenómeno mecánico de carácter ondulatorio, que se origina al oscilar las partículas de un cuerpo físico, que se propaga en un medio elástico y que es capaz de producir una sensación auditiva o un estímulo en el oído humano. La anterior es una forma bastante sencilla de explicar el fenómeno sonoro, pero que sin embargo, hay que ampliar, para entender la importancia del sonido en los procesos comunicativos y sociales de la ciudad.

Para entender el fenómeno sonoro es necesario conocer tres elementos: la fuente sonora, el medio transmisor y el receptor. La fuente se encarga de producir vibraciones sonoras que viajan a través de los transmisores (aire, agua, sólidos) a una velocidad que depende del medio, hasta los receptores. Es así como llegan al ser humano los sonidos y ruidos que percibe y que su cerebro se encarga de decodificar.

Sin embargo, este proceso no sería capaz de producirse si a la fuente no se le suministrase una energía, que desencadenase en ella una serie de vibraciones que produzcan el sonido. Si se imagina el sonido como una piedra que cae en el agua, la propagación se da de la misma manera en que las ondas viajan por el agua. En el caso del sonido el medio transmisor por excelencia es el aire, que con sus capacidades elásticas permite a sus moléculas más cercanas a la fuente vibrar. La vibración de las primeras moléculas se transmitirá a las moléculas más próximas y así se repetirá sucesivamente hasta el receptor. Tales variaciones en la presión del aire, que se comprime y se expande en la medida en que vibran sus

moléculas, son traducidas por el oído, que actúa como una interfaz y las hace llegar al cerebro quien lo codifica como una señal musical, de ruido o como una señal de habla.

Entonces el sonido se define físicamente, “como las variaciones de presión que se propagan a través de un medio físico, siendo el más importante el aire” (CASO, 1995, p.8).

Pero hay que tener en cuenta que el sonido se va debilitando al alejarse de su fuente y su energía se convierte en calor en una relación cuadrática, esto quiere decir que “la intensidad del sonido cae según el inverso del cuadrado de la distancia a la fuente (ley de la divergencia)” (Labrada, 1995, p.22).

Al desplazarse, las ondas sonoras llegan a puntos máximos tanto negativos como positivos en su oscilación y cada uno de estos puntos se llama amplitud de onda. Así es que cuando la variación de presión del aire ha pasado por todos los valores posibles, y retornado al punto inicial, la oscilación ha cumplido un ciclo. Y la cantidad de veces que una onda cumple su ciclo en un segundo, se conoce como frecuencia. Este número de veces por segundo se denomina Hertz.

Así es como a la frecuencia se le asocia auditivamente con el tono. Entre más alta sea, más agudo será el sonido y entre más baja sea dicha frecuencia más grave. El oído humano está en capacidad de percibir sonidos dentro de un rango de frecuencias que va desde 20 ciclos por segundo hasta 20000 (22000 en el mejor de los casos) ciclos por segundo. No obstante

algunos estudios muestran que frecuencias entre 22 KHz y 26 KHz no se escuchan pero se perciben de alguna manera (Valencia, 2006).

Entonces dependiendo de dicho rango es posible clasificar los sonidos de la siguiente manera: Los graves de 20 HZ a, más o menos ,500 Hz., los medios de 1KHz. hasta 4KHz., y los agudos de 4 KHz. a 20 KHz (Fernández, 2006).

Entonces el oído humano percibe un pequeño rango de frecuencias (20 Hz a 22.000 Hz); pero una amplia gama de intensidades, que van de 0.000000001 Vatios a 10.000 Vatios. Pero hay que variar mucho la energía (amplitud) de las ondas sonoras para que el oído distinga los cambios (Valencia, 2006). Por ejemplo 0.000000001 vatios corresponden a un murmullo suave, pero 0.00001 serían el nivel de una conversación y 1 el de un piano. Sin embargo, la medida de este rango de intensidades se simplifica con el uso del Decibel ($dB=10 \log (\text{Potencia/Referencia})$ partiendo que el nivel de referencia es 1 vatio). Entonces, el rango audible de intensidad (o la cantidad de presión del sonido que puede percibir el oído humano) oscila entre 0 y 120 dB.

Así que, en pocas palabras y de “forma subjetiva, el sonido puede entenderse como una diferencia de presión captada por el oído y que produce una sensación auditiva en el cerebro” (CASO, 1995, p.8)

El sonido más puro que se puede producir es el de una onda senosoidal. Pero los sonidos que se perciben en la calle, las voces humanas y en general, cualquier señal, es el resultado

de sumar múltiples ondas senoidales puras. Este tipo de ondas son las que viajan en el aire e invaden los espacios, las estructuras y las vidas de los transeúntes de San Victorino día a día.

Lo que molesta

Cuando un sonido se vuelve indeseable y produce efectos adversos fisiológicos y psicológicos se conoce como ruido. El ruido interfiere no sólo con los procesos comunicacionales, sino también, con el trabajo, el descanso y las actividades normales del ser humano. Y en muchas ocasiones en San Victorino, la presión sonora llega a niveles molestos. En San Victorino la riqueza de sonidos, la polifonía de voces, esos intercambios sociales, que se mezclan e invaden el sector, llegan a convertirse en: Ruido.

Es así como si se tiene en cuenta la relación que hay entre el nivel de la intensidad sonora y el tiempo en el que el ser humano, habitante del sector se expone a dicho ruido; éste se puede clasificar en: continuo, que es aquel que no parece presentar ningún tipo de cambio; intermitente, en el que las variaciones de nivel son continuas y no tienen periodos de estabilidad; de impacto, que es aquel en el que la presión sonora fluctúa en forma brusca (CASO 1995, p.9).

Pues ahora bien, en un sector como San Victorino el cuerpo del visitante es el mejor medidor de ruido, basta con estar allí unos cuantos minutos para sentir la molestia, el

cansancio que genera el ruido del sector. Pero resulta necesario entonces evaluar qué clase de ruido se presenta en San Victorino, para entender dicho fenómeno.

Indiscutiblemente en San Victorino se encuentran fuentes de ruido como:

- El Tránsito automotriz: Ruido que es producido no sólo por los motores de los automóviles, sino también por el contacto del carro con el aire y el suelo y la fricción que dicho contacto genera. Este ruido aumenta en zonas como San Victorino, que rodeado de arterias como la Caracas o la Décima, presenta un gran número de circulación vehicular, en el que la mayor parte de las veces implica cambios de velocidad y potencia.
- Fuentes en el interior de las edificaciones: Este tipo de ruido procede de diferentes fuentes, entre las cuales es posible encontrar el perifoneo que algunos vendedores hacen desde el interior de sus locales, los equipos de sonido a niveles estrambóticos entre otros.
- Otras fuentes: Sin embargo, en San Victorino hay fuentes de ruido importantes a niveles individuales, bien sea de maquinarias específicas de algunos locales, los pitos de los carros, los perros y animales que circundan el sector, los juegos de algunos niños en la estatua de La Mariposa, los pasos de la gente en las estaciones de transmilenio, etc.

Entonces todos estos sonidos, en niveles molestos para el oído humano hacen que los sonidos del sector se pierdan en una amalgama de ruidos que llega a tornarse insoportable.

Lo que se imagina

Bien, como es el presente ejercicio un juego entre sonido, memoria, imaginación e imaginarios, se hace necesario entonces hablar de la imaginación. En una de las páginas más populares de internet por estos días se encuentra la siguiente definición de imaginación: (del [latín](#) *imaginatīo*, -ōnis) es el ejercicio de [abstracción](#) de la [realidad](#) actual, supuesto en el cual se da [solución](#) a necesidades, deseos o preferencias. Las soluciones pueden ser más o menos realistas, en función de lo [razonable](#) que sea lo imaginado. Si es perfectamente trazable, entonces recibe el nombre de [inferencia](#); si no lo es, entonces recibe el nombre de [fantasía](#) (Wikipedia, 2006). Mientras que la Real Academia de la Lengua la define como (Del lat. *imaginatīo*, -ōnis). **1. f.** Facultad del alma que representa las imágenes de las cosas reales o ideales.

Pues bien, la imaginación cumple en primera instancia con la representación de experiencias vividas, es la capacidad del ser humano de crear, a partir de lo aprendido, nuevas posibilidades que representen el mundo en el que vive o quiere vivir. Esta capacidad de creación debe ser estimulada por los sentidos, para que partiendo de asociaciones complejas el cerebro sea capaz de construir para si mismo un sinnúmero de escenarios, personajes y artefactos, que tal vez nunca haya visto o que nunca antes nadie haya

inventado, ya que es producto de sus vivencias personales, de sus conocimientos y de su capacidad de aprehensión del mundo. Es así como el espectador del presente registro podrá en una primera instancia visualizar en su cabeza de la forma como más le convenga y de la forma como su imaginación se lo permita los sonidos que se le presentan; para que en el paso siguiente pueda contrastarlo con las imágenes y colores reales del lugar registrado, siendo así consciente de que el sector está mediado por sus conocimientos y experiencias. De esta forma el espectador podrá darse el lujo de aprender de San Victorino un buen relato que llevará en su memoria, asimilando para sí un espacio más de la ciudad de Bogotá y que para los bogotanos se consolidará en una parte de su memoria social y un factor para tener en cuenta en su identidad como ciudadanos.

UN DÍA TODA UNA VIDA

El presente producto de registro, se gesta en medio de preocupaciones y conversaciones que datan de años en la vida del autor, sin embargo, no llega a madurar sino al final de su pregrado; con la conciencia social y comunicacional que dejan años de estudio y experiencias en la ciudad. Y como todo proyecto, consta de fases de: preproducción, producción y posproducción, que a continuación se narran partiendo de los conceptos, lugares y temáticas anteriormente descritas.

Nacimiento de una idea

La idea inicial se gesta de una preocupación por los imaginarios que los bogotanos crean sobre su propia ciudad. Indiscutiblemente, en una metrópoli tan grande, son muchos los lugares que se recuerdan y nombran a diario en las conversaciones y encuentros de los ciudadanos, dependiendo de la condición social a la cual pertenecen. No obstante, hay otros lugares menos privilegiados que se dejan de lado y que sólo vienen a la mente, cuando se hace necesario acudir a ellos en busca de un determinado producto, bien o servicio. Sin embargo, estos lugares hacen parte de la misma ciudad, sin importar qué tan ligados o no

estén a la mirada de quien los toma por objeto, y deben ser rescatados por todos sus habitantes para entender y reconocerse como parte de una misma Bogotá.

Pero, ¿cómo rescatarlos si no se conocen? ¿Cómo esos no-lugares pueden empezar a validarse como lugares ante los ojos de quienes no los conciben como tal? Es una tarea difícil, pues muchos de dichos sectores han sido “marginados” por estereotipos sociales que hacen que el ciudadano los incluya u omita en su historia personal y en la representación que tiene de Bogotá. Entonces, si tales lugares son omitidos de su croquis mental de la ciudad ¿podrá el ciudadano saber realmente cómo suena, cómo se ve y cómo se desarrolla un determinado sitio de su ciudad, que en su imaginario de ciudad son simples espacios de confluencia anónima y por ende no están cargados de significados en el texto bogotano? O, ¿su conocimiento está limitado a las visiones que otros le han transmitido acerca del sector y a rápidas percepciones que hace en sus visitas repentinas e indiferentes? Pues bien, teniendo en cuenta que la ciudad es un texto que se lee no sólo en imágenes sino que son lugares cargados de comunicación y de sonidos, sería conveniente reconocerla y familiarizarse con ella por medio de los mismos.

En este punto es posible preguntarse entonces ¿qué tan conscientes o inconscientes son los bogotanos de los sonidos que existen en los diferentes lugares (no-lugares) de la ciudad? Interrogante que sumado a la preocupación anteriormente mencionada, lleva a plantear la hipótesis, de que partiendo de los sonidos, los no-lugares pueden pasar a aprehenderse como lugares, cargados de significados e importancia ya no sólo para quienes su vida transcurre en ellos, sino también para el resto de los habitantes de la urbe. Es así como

surge la idea ya más madura y fundamentada de hacer un registro del sector de San Victorino, espacio lleno de historias, de vida, de sonidos, pero que para muchos es un mito perdido en el corazón de Bogotá.

Una vez concebida esta idea, se procede a su desarrollo que consta de diferentes fases, que a pesar de que no son fáciles si son necesarias para pensar y presentar un no-lugar como lugar, en un registro que por medio de un ejercicio de imaginarios, cuestione al espectador sobre su lectura de Bogotá y como en ella da cabida a un sector de la importancia de San Victorino.

La desmitificación

Una vez escogido el sector de San Victorino como objetivo del registro, se procede a la búsqueda de información sobre el éste. Pero, ¿por dónde empezar? Pues, no hay mejor forma que por sus propias calles. Es necesario un acercamiento al terreno para desmitificarlo, para abordarlo y para hacer una apropiación del mismo. Por lo que se hacen necesarias visitas de reconocimiento al sector.

En los primeros recorridos, San Victorino parecía extraño y se dibujaba bajo el signo de más de dos décadas de miedos y prejuicios. Pero paso a paso, los estereotipos fueron quedando atrás y dando paso a la realidad impactante de una vida que se desarrolla, vive y crece en las calles del centro de Bogotá. Y así, un sector, en principio hostil, se fue

volviendo familiar y amable. Su comercio que en principio resultaba simple y tosco fue cobrando sentido con el descubrimiento de las personas que dicho sector acudían en búsqueda de los productos allí ofrecidos.

Así fue, como, con cada visita, San Victorino se fue proyectando más y más como un lugar cargado de encuentros sociales y dinámicas comunicacionales en las que priman las de orden comercial, las cuales dan vida al sector y articulan las relaciones de los individuos que por allí transitan, compran o trabajan. San Victorino, parecía un lugar diferente, lejos de todo lo que el autor había imaginado y conocido hasta el momento. Sin embargo, aún parecía agotador y las visitas cortas que en un principio resultaban claramente agotadoras pero con el ir y venir de los días y la familiarización con el sector se devela las posibilidades de descanso de esa polifonía incesante en cafeterías recónditas o en restaurantes subterráneos.

Después de un conocimiento del sector, se hizo posible entrar en la dinámica comercial del lugar y así, cada minuto recorrido, vivido y aprehendido en las visitas realizadas, parecía dar muestras de un congelamiento en el tiempo, pues las formas de ofrecer y vender los diferentes productos con los que allí se comercia parecían de antaño, las promociones con letreros escritos a mano, el perifoneo de personajes, que hace muchos años desaparecieron de la publicidad y el comercio en el resto de la capital, resurgían en las calles de este mágico San Victorino cargado de productos sencillos y comunes, que contrastaban con las voces que se referían a ellos con apelativos de moda e innovación y que se valían de

tecnologías y dispositivos poco avanzados, para su promoción, parecía insólito promocionar “lo último” con megáfonos o a gritos.

Resultaba increíble cómo, en medio de la ciudad había un punto en el que sobrevivían este tipo de estrategias publicitarias. Ya que con el paso de los años, Bogotá ha ido cambiando, y la evolución publicitaria ha dado paso a los medios masivos de comunicación; para entrar así, la ciudad y su comercio, al mundo tecnológico y digital de la globalización.

El redescubrimiento de costumbres y métodos que se habían perdido en la memoria, hace que surja un interés en la historia del sector y en descubrir porqué no se ha dejado pernear por las políticas actuales del mercado. Lo cual, lleva a la siguiente fase de la preproducción del presente trabajo: una revisión bibliográfica.

En busca del Finis Africae

Como en la novela de Umberto Eco, San Victorino parecía una selección de textos misteriosos y perdidos en los laberintos de las estanterías de las bibliotecas bogotanas. La revisión bibliográfica sobre el sector se convirtió en una tarea detectivesca que trajo consigo el rastrear y seguir pistas en textos de todo tipo para ir construyendo una idea propia que diese indicios de San Victorino y lo que allí ocurre. Para estructurar así el posterior registro del sector.

La ausencia de registro del sector de San Victorino hace pensar lo siguiente: es necesaria la creación de un documento audiovisual que de fe de lo que allí ocurre; con el fin de crear una memoria ciudadana con puntos reales de referencia, incluyente y activa, que permita identificar a la ciudad en los acontecimientos sociales que se desarrollan en diversos puntos de su geografía, generando en los seres urbanos identidad común. Pero dicho fin, implica entonces que la revisión bibliográfica tome rumbos diferentes y empieza así la búsqueda sobre registros urbanos; encontrando maravillosos textos no sólo escritos, sino también audiovisuales sobre lugares emblemáticos para la humanidad, un poco menos numerosos aquellos que planteaban registros urbanos de Colombia y de Bogotá específicamente algunos libros perdidos en las bibliotecas, muchos artículos en revistas y otro tipo de publicaciones y uno que otro documental para televisión. Pero los registros de San Victorino parecían esquivos y aunque resultara increíble su nombre sólo rozaba unas cuantas páginas de periódicos, estudios de arquitectura y planeación en proyectos de recuperación del espacio público, una crónica llamada *San Victorino: el Unicentro de los pobres*, título que por demás presentaba al sector sin carácter al tener que remitirlo a un centro comercial del norte de la ciudad y unas pocas novelas literarias que lo dibujaban bajo tintes melancólicos y pálidos; pero que sólo insinuaban su verdadero potencial.

El nuevo camino de la búsqueda trae a la luz textos como *Bogotá Imaginada*, de Armando Silva, y del que se desprenden una serie de concepciones e investigaciones sobre la ciudad, sus habitantes; libro que se divide en tres vertientes que el autor titula como: La Ciudad, Los Ciudadanos y Los Vecinos. La primera se centra en los sentidos físicos e históricos; la segunda sigue a los creadores de la realidad social, a los propios actores de la misma

ciudad; y en la tercera aparecen los vecinos, los otros, la forma como es concebida la ciudad por otros. Imaginarios de la ciudad, de sus habitantes y de los no habitantes, un registro de la ciudad y sus puntos más importantes. Pero, el libro resulta demasiado general a lo largo de la ciudad y pasa por alto algunos detalles importantes para sus objetivos, muy específicos de algunos sectores de Bogotá.

Aunque el libro de Silva es un excelente punto de partida es necesario acompañarlo y complementarlo de otros tantos como: *El Centro: Fragmentos De La Vida Callejera*; de Nelson Antonio Gómez. Texto ligero, que se presta para una lectura rápida y hace muchos referentes culturales y apela a muchos de los imaginarios que por décadas se han venido consolidando en el imaginario de los bogotanos respecto a muchos de los puntos más álgidos del centro capitalino; que presenta al centro de Bogotá de una forma familiar, clara y sencilla, que permite recordar algunas de las experiencias y apela continuamente a la memoria del lector para reconocer en las líneas los lugares y tradiciones que a lo largo de los años se han hecho presentes en los recuerdos de los habitantes de la capital. En un recorrido por los principales puntos del centro de Bogotá, reconoce en ellos las actividades características que encierran y enmarca en un contexto histórico definido los intercambios culturales y sociales que en cada uno de estos puntos se realizan y el porqué de los mismos.

Pero para el registro de San Victorino nada más propicio que la crónica ya antes mencionada *San Victorino: El Unicentro De Los Pobres*; que aparecía en el libro: *Bogotá, Historia Común* de José Fernando Chávez. Un texto que permite un acercamiento interesante ya que se plantea a modo de crónicas, siendo un compendio del II Concurso de

historias barriales y veredales. Se vuelve atractivo encontrar vivencias y puntos de vista de los habitantes de las zonas con un alto tinte sentimental que llega a conmover al lector en muchas de sus páginas; con historias de algunas de las zonas más reconocidas de Bogotá que dan paso a ensayos sociales y antropológicos que describen la ciudad y sus habitantes. Permitiendo hacer una mirada profunda de las realidades sociales, culturales y coyunturales de la capital. Y que expone a San Victorino como un espacio de comercio con muchos años de historia, y con ellos miles de historias personales que merecen ser contadas, un centro de intercambio cultural y representaciones y relaciones de poder.

Estos entre muchos otros textos empezaban a tejer un sentido a la concepción de ciudad y sobre todo a dar un norte para la elaboración de un registro urbano, delimitado por aspectos representativos del sector, que permitieran reunir en unas pocas cuadras las diferentes identidades de la ciudad, los perfiles de sus habitantes, los imaginarios y costumbres de una ciudad. Sin embargo, aunque los conceptos empezaban a esclarecerse, el sonido, la preocupación principal de éste registro, no parecía tener relación directa con la memoria urbana; todo lo contrario, parecía que el movimiento, la vida de la ciudad pudiera congelarse en fotografías, traducirse en palabras que llenaban folios completos y en los casos más atrevidos retratarse en apuestas audiovisuales.

Así que la lectura de folletos, libros, revistas y páginas Web no parecía ofrecer mucha más información sobre el tema, era el momento de acudir a los interrogatorios. Preguntar a las personas indicadas no sólo por el sector, sino también por el sonido, por la grabación; plantearse si verdaderamente la apuesta por una memoria sonora era una idea concreta y acertada o si por el contrario era una pérdida de tiempo y esfuerzo. Así es como la

búsqueda empieza por casa, por las personas más allegadas al investigador, sus maestros, amigos y familia. Desde ese punto despegó lo que llegaría a ampliarse hasta llegar a eminencias de la radio y la producción sonora en Bogotá. Una búsqueda no del todo feliz ha comenzado desde la calle a las bibliotecas y archivos y de ellas nuevamente a la calle, pero ahora con conceptos que manejar, con personas específicas que buscar y un mundo de material todavía sin explorar.

Los cuatro jinetes del Apocalipsis

Aunque se contactaron muchas personas para el desarrollo de este producto es indispensable destacar las entrevistas con cuatro personajes que cambiaron la visión del registro y lo encaminaron a un feliz término. Estas personas como los cuatro jinetes del Apocalipsis parecían venir de los cuatro puntos cardinales y como tal tener posiciones totalmente opuestas; hasta el punto de llegar a chocar, para luego en la mente del joven autor unirse y cabalgar juntos en una sola idea. Idea que con su ayuda, el tiempo y la guía decidida de su directora de tesis fue madurando con paso fino y fuerza motivadora. La idea del registro sonoro de San Victorino, como apuesta a la memoria urbana de Bogotá, como la nueva Jerusalén, después de la destrucción renacía limpia y renovada.

Como una tormenta proveniente del sur, Gabriel Gómez, director de Radio Nacional de Colombia, fue el encargado de abrir los ojos ante la realidad de la radio y los productos sonoros experimentales en Colombia. Su posición determinante en contra de los productos

experimentales, hizo calar una duda fundamental que daría direcciones aún no pensadas al fin mismo del registro. En primer lugar, enfatizó que no hay muchos registros del sector, sin embargo, propuso algunas fuentes, unas nuevas y otras ya encontradas, entre las cuales es posible destacar las crónicas urbanas publicadas entre el 93 y el 98, compiladas en los libros de *Bogotá una Historia Común*, fuente ya consultada anteriormente por el autor; los informes de observatorios de cultura urbana y guió los pasos de la búsqueda a publicaciones que no se habían considerado hasta el momento, como las publicaciones del Instituto de Cultura y Turismo. Estos puntos de anclaje permitieron que el registro se tornase un tema gran importancia, cuya existencia se hacía necesaria, no sólo como material de consulta, sino como patrimonio sonoro de la ciudad, bajo la mirada académica de Gómez.

Sin embargo, en cuanto a la idea de un producto de registro sonoro con tintes experimentales, como se planteaba la presente idea hasta ese momento, no presentó ningún interés; resaltando que el sonido experimental en Colombia no es concebido como un producto radiofónico, Gómez expuso que los usos que de dichos productos en países como México se dan debido las limitaciones creativas y la falta de iniciativa en la narración sonora; pero que al ser Colombia un país con altos niveles de creatividad radiofónica estos ejercicios resultaban estériles y faltos de fundamento.

Las palabras fuertes por parte de un experto en la materia, no sólo radiofónica, sino también, de memoria sonora e historia de Bogotá; dieron nuevos visos al registro, ya no sólo como una apuesta experimental de registro, sino como todo un ejercicio de imaginarios, memorias, asociaciones y sobre todo como documento que diese fe de un

sector que contiene en su actividad específica la representación de toda una ciudad. Fue el mismo Gómez en su crítica al material experimental quien llevó a la búsqueda de un uso específico de un montaje que no siguiese los parámetros radiofónicos convencionales y que sin necesidad de narraciones, el registro pudiera convertirse en una narración creativa, pero útil que llevase al espectador a buscar en su cerebro huellas, experiencias y caminos de asociación para dar vida al montaje sonoro; para luego ser contrastado con la realidad congelada en las fotografías.

Pero vale la pena resaltar que estos nuevos aires vinieron con el tiempo; en un principio, después de la entrevista con Gómez, el proyecto se vino al piso. La misma idea que se había mantenido contra viento y marea como punta de lanza de un proyecto de memoria bogotana parecía resquebrajarse y se tornaba en una apuesta convencional de documental radiofónico, tal vez y sólo tal vez apoyado por fotografías en blanco y negro que diesen soporte a lo que en el documental se narrase. Pese a la adversidad, la presencia constante de Maria Urbanczyk, directora del proyecto, dio nuevamente vida al registro y su narración no convencional; cargándolo de nuevas ideas y la perspectiva extranjera, que hacía ver a San Victorino y sus sonidos como un lugar traído de otro planeta, pero que reflejaba la realidad colombiana; desde esta perspectiva europea, el mismo autor se sentía identificado con el sector, sentía que todo lo que para Urbanczyk resultaba extraño, peculiar y simpático era una parte de él una parte de su identidad como bogotano, como colombiano. Fue así como ese nuevo sentido al que las palabras de Gómez habían abierto el camino se esclarecía para el registro.

Con el transcurrir del tiempo y la idea a la deriva muchas fueron las voces de aliento y muchas las críticas que se recibieron, opositores y simpatizantes del sonido experimental sentaban sus voces, pero la decisión ya estaba tomada, se sacaba lo mejor de las críticas para explotar más los potenciales del montaje no convencional y de los aliados las fuerzas para continuar. Fue por esos días que, como una estrella en el norte y punto de referencia aparecían las palabras de César Márquez; maestro de la producción sonora en Colombia. En un primer momento Márquez delimito el camino técnico y tecnológico a seguir a lo largo del registro, evaluó las posibilidades de grabación y con argumentos a favor y en contra despejó dudas al respecto. Sus prácticos consejos resultaron bastante útiles para un exitoso proceso de producción, no sólo en el manejo de los equipos, sino también, en cuanto a recursos humanos y de logística, que hasta el momento no habían sido tenidos en cuenta. Márquez se vio interesado en el tema y en el enfoque que presentaba la idea, por lo que los encuentros con él se presentaban, ya no como una excelente asesoría técnica y de producción, sino también, como una guía conceptual que enriquecería el producto.

En un segundo encuentro César dio luces de un conocimiento del sector y parecía entender bastante bien el fin y los propósitos del registro; cuestionando muchos de los aspectos hasta el momento concebidos como básicos y enfatizando en otros que se acoplaban al proyecto y nunca se habían tenido en cuenta. Así Márquez se fue perfilando como una fuerte guía en el proceso, convirtiéndose en un gran asesor. Su experiencia y gusto por el proyecto marcaron una pauta a seguir aún después de terminados los encuentros con él.

Los consejos que en un principio eran bastante técnicos se volcaron sobre el producto como tal, insistiendo en la necesidad del story-board, dio pie a una plantación más metódica del

futuro registro, planeación que en la praxis se tradujo en una optima ejecución, sin tiempos muertos, ni desperdicio de material. Con él se consultaron los personajes y puntos clave no sólo para la grabación de sonidos, sino también para la captura fotográfica. Las visitas a Márquez siempre dejaban puntos nuevos que pensar, personajes, voces y momentos para tener en cuenta en el momento de la producción y la posproducción y lograr así el objetivo.

Entretanto la luz y el color salieron al encuentro del registro, como sale el sol por el oriente. Desde sus principios la idea de apoyar visualmente el registro sonoro con fotografías se había concebido en blanco y negro, bien fuese por las texturas propias del mundo monocromático o por las posibilidades que para dicho soporte brinda el laboratorio. Sin embargo, aunque esta idea nunca abandonó del todo el proyecto, si pasó a un segundo plano al entrevistar a Adriana Martínez, realizadora de cine y televisión de la Universidad Nacional de Colombia.

Adriana rescató la importancia del color en San Victorino; los golpes de vista, la policromía de sus establecimientos, las fachadas de colores únicos en la capital, los contrastes y la calidez que subsiste al interior de unos espacios fríos y grises como muchas veces se piensa el centro de Bogotá. Otra parte importante de la entrevista con Martínez fue el hecho de que si bien la imagen sería un apoyo visual a los sonidos del sector, no podía supeditarse a los mismos, ya que bien o mal la imagen fotográfica tiene su propia narrativa y es por excelencia el material de registro de la humanidad. Entonces, ahora la fotografía tendría que develar el sonido, pero no limitándose a mostrarse como una simple imagen de lo que suena, sino mostrando sin mostrar, insinuando los procesos, pero dejando en claro que más allá de lo que dice la imagen importa lo que no dice. Entonces se hizo evidente una

reflexión que no podría explicarse mejor que en las palabras de Maria Urbanczyk: “el sonido es un flujo constante, que no puede congelarse, como si puede congelarse un fragmento visual del tiempo en una fotografía”.

Entonces, el papel de la fotografía en el registro ya no fue más el de apoyo sino el de configurador de memoria, el de hilo conductor y puente entre la imaginación del espectador y la realidad que vive en las calles del sector de San Victorino. Pero también, es la encargada de evidenciar que los registros deben contar el flujo de los acontecimientos, el pasar del tiempo que no se detiene y que la imagen dice más en aquello que no se captura, en aquel subtexto que llena de sentido y valor al relato y que en últimas es el alma del sonido, esa esencia imposible de romper, pero que se escapa entre los laberintos de la memoria y la imaginación, como la arena entre los dedos, pero que da pie a juegos únicos de identidad y reconocimiento.

Después de la charla con Adriana Martínez el registro tenía una nueva meta más, explorar el color de San Victorino y descubrir si en ese color podrían encontrarse rastros de Bogotá, que configurasen a futuro un reconocimiento como ciudad y como sociedad. En segundo término, cabría preguntarse si la luz y el color de San Victorino seguían los caminos de sus sonidos o por el contrario eran completamente independientes. Entonces, el color sería de ahora en más una de las principales búsquedas del registro de San Victorino y uno de los elementos de composición audiovisual de todo el producto.

Para este momento la directora del proyecto de grado centraba su atención en el aspecto fundamental del registro; se trataba del montaje. ¿Cómo hacer que este registro contase la

historia que se quería contar? Pues bien, había que tomar decisiones sobre la estrategia narrativa a usar; si decididamente el proyecto no contaría con un narrador que hilara el registro, debía presentar un protagonista que llevara las riendas del relato, que llevase al escucha de la mano por el recorrido del sector, por sus flujos y amalgamas sonoras, sin dejarlo exasperar y sin dejar que se pierda. Pues bien la respuesta era sencilla y acorde con las pretensiones experimentales del registro. El narrador sería el tiempo; el pasar del día sería el que daría sentido a un caos sonoro y representaría la vida del sector.

Representar la vida del sector parecía pretencioso sin ni siquiera conocer sus secretos, sin entender sus ritmos, con esbozos de su historia en algunas páginas sin alma, sin esencia. Pues bien, así apareció el cuarto personaje para convertirse en una línea de horizonte que trazaría un camino en perspectiva, el cual se recorrería en el proceso de grabación. Este personaje es Jorge Tovar, representante legal y gerente de algunas organizaciones gremiales del mismo San Victorino.

La vida de Jorge ha transcurrido en el sector, y compartió con el equipo de producción sus recuerdos, trabajos y conocimientos de este punto de Bogotá. En las palabras de Jorge se hace evidente lo que confirmarían los vendedores en la grabación, y es la marcada presencia de la policía como un agente represor del sector; un agente al que desde siempre se le ha temido en las calles de San Victorino. Fue Jorge quien pudo rescatar sonidos que ya no existen en las calles de San Victorino y fue él quien hizo evidente, que lo que allí sucede en este momento, no va a ser para siempre, por lo que los objetivos del proyecto encontraron en sus palabras el respaldo y la confianza necesarios para seguir adelante, la entrevista con Jorge se convirtió en el pilar del proyecto, desde el punto de vista ideológico;

cada duda que surgía, cada momento de crisis, cada problema que se planteaba encontraba su respuesta en las palabras de Jorge Tovar. Por tal motivo, su entrevista sin ningún tipo de edición se ganó el derecho de ser más que un anexo, un “bonus-track” en el producto final.

La entrevista con Tovar, deja legados indescriptibles, que se verán reflejados a lo largo del proyecto y especialmente en el producto final. Jorge es el ejemplo vívido del habitante de San Victorino, no como una persona que vive en el sector, sino como el ser que vive el sector; que trabaja en él, pero que a su vez estructura sus ritmos de vida alrededor de los ritmos del sector. Jorge es el encargado de marcar los puntos álgidos del día en San Victorino y resaltar los personajes más típicos de allí. En las palabras de Jorge es posible comprender como en un espacio público como la plaza de San Victorino en Bogotá los murmullos, los silencios y los ruidos componen una sinfonía de lenguajes, de intercambios comunicacionales que se articulan, no sólo a nivel individual, sino social en el perifoneo, en las ventas de los voceadores, en las conversaciones desinhibidas de los transeúntes. Jorge, con su experiencia cosmopolita encuentra las asociaciones de identidad, sospechadas por el autor, no sólo en San Victorino con los habitantes de Bogotá, sino en diferentes plazas del mundo con sus habitantes, sus lenguajes y sus ciudades.

El idioma, el lenguaje, se estructura en las palabras y anécdotas sencillas de Jorge como ese configurador de sentido que se consolida en el consumo y en el comercio. Es así, como la entrevista con Jorge Tovar da un sustento práctico a las teorías y conceptos ya estudiados en el presente texto. Entonces se consolidan así los cuatro pilares del presente registro, desde la praxis con las palabras y críticas de Gabriel Gómez, en el aspecto técnico y de producción con las asesorías de César Márquez, la imagen en los colores de Adriana

Martínez y los conceptos en las anécdotas de Jorge Tovar. Con este sustento ya era viable emprender las grabaciones y dar por fin cuerpo a una idea que se había ido consolidando en un proyecto; que por supuesto no hubiese madurado hasta este punto sin la dirección maestra de María Urbanczyk, quien para entonces había facilitado nuevos materiales que ofrecieran pistas sobre como realizar un excelente producto de registro urbano.

Otros Materiales

A las manos del autor llegaron entonces por manos de María Urbanczyk nuevos materiales, la gran mayoría de ellos de audio y he aquí lo que se encontró:

Metronáutica: Montaje experimental que en 14 minutos con 17 segundos; registra los sonidos del metro de México D.F. por medio del uso de elementos como efectos sonoros, voces, silencios y juegos de posproducción con frecuencias, volúmenes y paneos, ubica al espectador en la vida del medio de transporte y sus usuarios. El registro permite al escucha hacer un recorrido mental por las estaciones, desde el punto de partida hasta el final del recorrido, gracias a sus aspiraciones artísticas los autores logran dar ritmo a las grabaciones. Sin embargo, después de unos minutos el producto se vuelve aburridor y monótono, lo que hace pensar en formas de escape para que el montaje del registro de San Victorino no caiga en lo mismo. Además el uso exasperado de efectos en la posproducción parece que le resta credibilidad al relato que se intenta contar. Todas estas reflexiones sobre *Metronáutica* llevan a pensar hasta qué punto se puede dejar volar el espíritu artístico en un registro sin que se torne en una obra de arte, sino que conserve su carácter documental.

Cántaro de tiempo, el espacio de la memoria del mundo: una presentación de Radio Educación, en la que se hacen algunos registros de tinte documental sobre algunos lugares del mundo. El uso de locutores y narraciones convencionales presenta una propuesta demasiado conservadora, aunque enriquecida por efectos de sonido y un excelente uso del lenguaje radiofónico y sus elementos no parecen ofrecer muchas alternativas narrativas. Si bien el trabajo es una apuesta por la memoria muy bien logrado, se aleja mucho del montaje y el tipo de registros planteados para San Victorino, entonces, es cuestión de buscar un punto medio entre la experimentación artística exacerbada de Metronáutica y la narración convencional de Cántaro de tiempo.

32 cuñas sobre patrimonio intelectual y diversidad cultural: indiscutiblemente éste es un trabajo que abre los ojos a la importancia del patrimonio colombiano y su diversidad cultural. Es una de las apuestas por la identidad de un país más notables que el autor haya encontrado. Rescatando de actividades cotidianas un sinfín de elementos olvidados de la propia cultura colombiana.

Estos nuevos materiales de registro sonoro abren perspectivas únicas y rescatan la importancia del sonido en las apuestas por la identidad y la memoria de los lugares, que serán aplicados al registro de San Victorino.

La armonía del caos

Para el transeúnte que se pierde por las calles del sector en medio de los ríos de personas que transitan en el constante vender y comprar, San Victorino y sus sonidos no pasan de ser

un caos auditivo, molesto y ramplón. Sin embargo, las cualidades únicas del oído permiten que en medio de la polifonía, por no llamar polución sonora, del lugar permiten a los incautos compradores discriminar las voces que a sus intereses correspondan; esta cualidad hace que lo que cada uno percibe en el sector sea único, mediado por sus intereses y lecturas. Pero entonces es necesario enfrentar el sonido del sector sin un interés determinado más que el de descubrir los discursos y subtextos que entretejen e hilvanan los hilos sociales de sus calles.

Los sonidos de San Victorino son tan múltiples y variados que hay mucha tela por cortar cuando se detiene el bogotano sobre ellos. Entre murmullos y gritos, lenguajes y acentos, entre sonidos ensordecedores y silencios inciertos San Victorino presenta todo un mundo de representaciones de la ciudad, que se confunden y sobreponen hasta el punto de llegar a desaparecer. Así como el rayo de luz al pasar por un prisma se descompone en una gama que abarca desde el rojo hasta el violeta, el “ruido” de San Victorino debe pasar no sólo por los oídos, sino por el alma misma del bogotano para descomponerse en características de identidad que se esparcen por toda su ciudad.

Lo primero que se encuentra el oído inexperto son los productos y sus precios. Al ser San Victorino un sector comercial, los sonidos más evidentes y que el cliente busca identificar son los de mercancías que se ofrecen, con características específicas y precios increíbles; pero en estos mismos productos y mercancías se reconocen ritmos y flujos. En las primeras horas del día los productos que se ofrecen son en su mayoría productos de abrigo, como ropa, sábanas y cobijas. Pero a medida que el día madura los productos promocionados

empiezan a ser más variados, siendo los de distracción los más sonados; destacándose las piñatas y la música como las puntas de lanza de éstos. A lo largo del día los alimentos marcan los hitos horarios, la aromática, los jugos y el desayuno, marcan el inicio del día después de los madrugones del miércoles y el sábado. El almuerzo, es sinónimo indiscutible del medio día que se extiende hasta las dos y la hora de cerrar está marcada por la pelanga, las hamburguesas de mil y las indiscutibles cervezas.

No se necesita tampoco una escucha muy decidida para encontrar los diferentes acentos de Colombia en las personas de San Victorino. Tal vez, como en toda la ciudad, los más fáciles de reconocer serán los antioqueños, ya que son una fuerza comerciante muy importante en el sector, como en el resto del país y su acento es inconfundible; los boyacenses y los pastusos no se quedan atrás, pero con una escucha más atenta se encontrará en el sector con acentos no tan comunes o que pasan desapercibidos para el oído inexperto, como el acento del bogotano, del cundinamarqués entre muchos otros. En San Victorino “tenemos de todas las gentes del país, (...) todas las voces, todos los acentos...” Tovar, J. (2007, 9 de agosto) entrevistado por Garzón, A. Bogotá.

Evidentemente en el trato con las personas se reconocen también características importantes de los personajes. En San Victorino como sector popular hay una marcada presencia de estratos bajos y con ellos un determinado uso del lenguaje, la presencia de habitantes de la calle en el sector, también agrega ingredientes particulares a las voces que allí se reconocen; pero también es posible encontrar otro tipo de estratos sociales, tanto en los dueños de los almacenes, como en los visitantes del sector, en algunos casos son

personas de estratos socio económicos elevados; es posible incluso reconocer turistas en medio del comercio.

Sin embargo, si la escucha pasa a un segundo nivel más interpretativo, reconoce entre líneas un sinfín de detalles propios de la ciudad. En la presencia de los vendedores de determinados productos, como el caso de la venta de trampas y venenos para ratas y pulgas, es posible rastrear miedos del siglo XIV. Estos productos llevan a la mente hasta la Peste Negra de la Edad Media, demostrando los fuertes lazos invisibles que aún unen a la ciudad con el viejo continente en un legado claro de la conquista; y que aún hoy en pleno siglo XXI, con avances significativos en todos los campos, permanecen muy presentes y evidentes en las calles de San Victorino, con recursos tan arcaicos como la trampa de madera para ratas. La diversión para los niños, en las piñatas deja entrever una realidad que aunque cruda aún persiste en la sociedad bogotana y es el hecho de que la distracción se vuelve el único medio de escape a realidades trágicas, como el hambre, la violencia y el dolor. Al igual que los sectores circundantes, que no duermen, sectores donde los bares, los prostíbulos y las rocolas con su música popular y el expendio de alcohol y otras sustancias, ofrecen distracciones para los adultos, esas parecen ser las piñatas de otros.

Entonces, en los sonidos de San Victorino se encuentran reflejadas verdades evidentes y otras no tanto de la ciudad, que acoge en sus discursos, en sus lenguajes y en los mismos murmullos la esencia de una sociedad que muchas veces le da la espalda y la matiza con actividades cotidianas como el comercio. Es así, como lo que en principio era caos, se vuelve una sinfonía maestra de la ciudad, un conjunto de voces, de instrumentos, o de

ambas, que suenan acordes a la realidad de la ciudad; es San Victorino una pieza de música instrumental, que precede, por lo común, a las óperas y otras obras teatrales de Bogotá; en una Armonía los colores (Real Academia Española).

Un casting a campo abierto

Después de analizar los sonidos y de desarticular la polifonía caótica del sector de San Victorino es posible entonces rescatar algunos personajes típicos de sus calles. Estos personajes que pueden llegar a representar algunos aspectos de la identidad bogotana en actividades que aunque no para todos resulten familiares, si verán en ellos mucho de la propia ciudad. A continuación un listado de los personajes y una breve justificación de su elección.

Locutor del Madrugón: a pesar de que la gran mayoría de colombianos dicen que los bogotanos no son amistosos, son fríos y toscos, la ciudad acoge a todo tipo de personas en sus calles y no sólo eso; siempre habrá alguien con una palabra de aliento y comprensión para ellos; parece increíble cómo personas venidas de otras partes del país critican a Bogotá y a los bogotanos. Sin embargo, no parecen darse cuenta que en esta inmensa ciudad donde todos tienen cabida, se reúne Colombia para animarse, para convivir, que en las voces que invaden su existir no importa el acento que tengan, son bogotanas y ellos mismos son hijos putativos de la ciudad, en la que sus proyectos, sus trabajos y su entusiasmo cobran vida y se realizan. Es esta naturaleza bogotana la que cobra vida en los locutores de los

madrugones, que no se limitan sólo a ofrecer los productos, sino que cargan de mensajes positivos los ánimos de la gente, prestan información sobre todos los puestos de la bodega y acompañan a los compradores y vendedores a realizar sus actividades desde las primeras horas del día.

Vendedores ambulantes de jugos: no hay una mejor manera de empezar el día que fresco y lleno de vitalidad, pues bien los jugos en la Plaza de San Victorino ofrecen dicha posibilidad, en una mezcla de creencias en las propiedades casi mágicas de las vitaminas y los huevos de codorniz, con el estilo único del jugo de naranja o de zanahoria para los más convencionales; se convierten estos personajes en unos de los vendedores más fuertes en las primeras horas del día.

Vendedores ambulantes de café y agua aromática: el café en una ciudad que se encuentra a 2.600 metros del nivel del mar resulta ser un excelente aglutinante social, y como bien lo dice el comercial “tomémonos un tinto seamos amigos”. Pues bien alrededor de los vendedores de café se entretajan en el sector un sinnúmero de relaciones y conversaciones, especialmente en las horas de la mañana, por lo que tal personaje se vuelve clave en la conformación de tejido social.

Vendedores de minutos: aunque ya son personajes que pululan las calles bogotanas, estos vendedores de minutos deben mirarse con la extrañeza, no sólo del extranjero, sino con la perspectiva del viejo mundo; ya que permiten entender como en América Latina ocurren una serie de fenómenos sociales no muy fáciles de entender y mucho menos fáciles de

explicar. Los teléfonos públicos, grises, de disco, que hasta hace un par de décadas se encontraban en cada esquina de la ciudad, con sus pequeñas cabinas amarillas de líneas rojas y blancas, parecen ya piezas de museo y no existen más que en algunas fotografías; se han perdido en las mentes de los capitalinos, gracias a cambios tan vertiginosos que es difícil seguirles la pista, para convertirse en teléfonos móviles de los cuales no se pueden hacer llamadas locales. Ya no es un poste, pero aún hoy en cada esquina es posible encontrar, no sólo un teléfono público sino alrededor de tres o cuatro personas, cada una con más de tres celulares vendiendo minutos; y si se piensa la gran mayoría de bogotanos tiene un celular, sin importar su nivel socio-económico, sin embargo muy pocos de ellos tienen minutos para llamar de su propio celular, lo que se convierte en un fenómeno a estudiar. Bogotá se sume en una sociedad urgida de ser encontrada, sus habitantes sienten la necesidad de ser contactados, de acompañar su soledad en medio de más de seis millones de personas, con alguna llamada, con alguna voz familiar que los salude al otro lado de la línea.

Voceadoras de veneno para pulgas y ratas: en San Victorino, al igual que en Bogotá conviven los miedos más profundos con el emprendimiento, la pujanza y la necesidad de sobrevivir. Éstos voceadores, que transitan el sector, con sus productos en la mano, son tal vez unos de los personajes que no sólo a nivel metafórico expresan toda una identidad; en sus productos, como las trampas para ratas, subsiste una figura melancólica y ya casi de película, con tecnología primitiva en la era informática al lado de la preocupación por factores de salubridad y aseo.

Payasos de megáfono en mano: Sin duda, una de las figuras más recordadas y tristes de los payasos en Bogotá son los famosos payasos de restaurante, un personaje que del circo saltó a las calles y de la diversión de grandes y chicos, pasó a ofrecer almuerzos y desayunos con un megáfono, se convierte en uno de los personajes emblemáticos del sector de San Victorino, donde su presencia sigue vigente en el arte del perifoneo y no sólo en restaurantes sino también en otro tipo de negocios, como ropa, juguetes, etc.

Promotores de piñatería: Romper las piñatas con un palo de escoba mientras un tío del cumpleaños la halaba con una pita. Tal vez no haya recuerdos más felices en la mente de los bogotanos que cuando él o sus hijos o sus nietos buscaban asirse de algún muñeco de plástico en medio de una maraña de manos resbaladizas y dedos hábiles que se cerraban automáticamente sobre las sorpresas y el confeti, mientras en la mesa esperaban los perros calientes y la gelatina de colores.

Perifoneadores de ropa: Es curioso pero el bogotano siempre tiene “el jean de moda” la ropa de la última colección para la temporada, con los mejores precios del mercado y perfectos para el clima de cualquier parte del mundo.

Vendedoras de bolsas: las bolsas son, por excelencia, el medio para transportar todo tipo de cosas en Bogotá, es casi imposible subirse a un Transmilenio, caminar por la Séptima, subirse a un bus por la Décima y no ver a alguien que no lleve una bolsa. Absolutamente todos los bogotanos tienen en sus áticos y desvanes herramientas grasosas, electrodomésticos viejos o cables guardados en una bolsa.

El señor de las pelotas: ningún bogotano ha crecido sin que en su infancia hubiese tenido una pelota de plástico amarrada con un caucho a su muñeca. Hasta hace dos décadas era posible encontrar vendedores ambulantes por toda la ciudad, en los parques plazas y semáforos de estas pelotas que tantas horas de entretenimiento brindaron a generaciones de bogotanos; pero que ahora se ven limitados a las plazas como la de San Victorino, la de Bolívar y cada vez menos a la de Lourdes.

El fotógrafo: sin lugar a duda, al bogotano le gusta tener el recuerdo siempre impreso, la foto de la novia en la billetera, la foto de la despedida del amigo que se va al exterior, la foto de cuando fuimos a Crepes & Waffles, la foto de antes de... y la foto de después de... la foto con... pues bien en San Victorino también pueden sacarse la foto en la Mariposa, o dándole de comer a las palomas. Siempre el fotógrafo estará allí para usted, como siempre a cualquier evento, comida, fiesta y ahora más que antes en cualquier ocasión estará en la vida de los bogotanos una cámara, para registrar los momentos, no importa la calidad, no importa como pero siempre habrá una foto.

Con los personajes en la mira y los sonidos identificados empezar las grabaciones no era más que cuestión de salir a capturar la realidad; sin embargo, era necesario saber con qué ir a hacerlo, con qué equipos contar y por qué llevarlos; todo el conocimiento aprendido a lo largo de la carrera debía aplicarse para obtener una buena grabación y hacer con ella un buen producto.

Algunas elecciones

Evidentemente se hace necesario hacer algunas elecciones antes de empezar las grabaciones. Si bien los sonidos, los personajes y lugares del sector que se buscaban registrar ya estaban lo suficientemente claros era necesario ahora evaluar los recursos técnicos y humanos que prestarán un óptimo servicio y se acomodarán a las posibilidades de la producción. Sin lugar a duda no es una tarea fácil, por lo que se deben evaluar algunos conceptos y otro tipo de aspectos como los económicos, de desplazamiento y muchos más que a continuación se comentan.

Cómo se graba y demás

“Una buena grabación se puede hacer con muy pocos elementos, a condición de poseer los conocimientos y el material necesario que se adapte más al trabajo.”

José Fernández.

Una vez estudiado el sonido en el aire, en el ambiente de San Victorino; se hace necesario entender como se captura y se procesa. Entonces, es necesario entender como la señal sonora se convierte en una señal de audio, que es la representación eléctrica de la onda de sonido. Y descubrir así las partes técnicas a la que se enfrenta el realizador al momento de hacer el registro del sector de San Victorino.

Para hablar de grabación y procesamiento del audio es necesario hablar del Sistema Electro-Acústico que es todos los equipos que nos permiten grabar, tratar y reproducir el sonido. Y se extiende desde los micrófonos, hasta los parlantes. Para poder valorar las posibilidades de dichos equipos se utilizan los siguientes términos. **Rango dinámico**, la diferencia entre el sonido mas débil y el más fuerte. **Respuesta en frecuencia**, el rango de acción en frecuencias del equipo. **Distorsión**, el porcentaje de deterioro de la señal generada por el aparato. **Sensibilidad**, el nivel resultante de un componente a una señal acústica. **Impedancia**, la sensibilidad de entrada y la intensidad de salida ofrecidas por un equipo y que permite su correcto acople con otros. (Fernández, 2006).

Los Micrófonos

Como el sonido es una variación en la presión del aire, es necesario un dispositivo de transducción que convierta dichas variaciones de presión en señales eléctricas; tal dispositivo es el micrófono. Entonces, al enfrentarse a la grabación del presente producto se presentaban varias opciones, en cuanto a micrófonos se refiere, pero al final se escogieron los siguientes micrófonos: el Shure SM58 y el Boom Sennheiser ME66 de la serie K6.

El ME66 es un micrófono supercardioide de condensador, que consta de un módulo de alimentación K6 el cual puede ser alimentado ya sea por su batería interna tamaño 'AA' de 1.5 V o por energía fantasma de 12 – 48 V. Este boom se seleccionó para capturar las

señales discretas en los ambientes de San Victorino, que dan texturas y matices específicos al sector y que vienen muy al caso para los fines del registro. A pesar de que los ambientes sean ruidosos o con acústica, el ME66 es ideal para los fines para los que es elegido, ya que discrimina los sonidos que no emanan desde la dirección principal de captación.

El Shure SM58 es un micrófono dinámico (de bobina móvil); con una respuesta de frecuencias óptima entre los 50 y los 15.000 Hz; un patrón polar unidireccional cardioide. Con una impedancia nominal de 150 ohmios (real de 300 ohmios) para conectar a entradas de micrófonos de baja impedancia nominal y un peso de 298 gramos. Dos de estos micrófonos fueron escogidos para hacer las grabaciones estereofónicas; pero ¿Qué es la estereofonía?

La estereofonía

Si se busca en un diccionario, la estereofonía es la técnica de captación, amplificación, transmisión, reproducción y registro acústico del sonido por medio de varios canales (2) simultáneamente con diferente selección de tonos, dando al oyente una sensación de distribución espacial, de relieve del sonido. Sin embargo, no se hará un estudio exhaustivo de la misma para este trabajo; indagando en algunos conceptos básicos que permitan su comprensión y en las técnicas de grabación estereofónica, para luego entender las elecciones hechas en la producción del presente registro.

Para poder hablar de estereofonía, hay que partir del concepto de que la captura de un sonido con un micrófono, grabado en un sólo canal, y reproducido a través de un sólo parlante es lo que se conoce como el concepto básico de monofonía. Sin embargo, vale la pena aclarar que a pesar de que la grabación monofónica sea difundida por más parlantes, que utilizan la misma señal, no cambia el hecho de que la audición sigue siendo monofónica. En la monofonía, el espacio sonoro se ve delimitado por planos dependiendo de la proximidad de la fuente en el momento de la captura; sin embargo, no representa el espacio real en el que se captura el sonido.

El sistema auditivo humano, permite determinar el posicionamiento de las fuentes sonoras por medio de dos cualidades naturales del cerebro; la primera es la diferencia de volumen o intensidad con que se percibe el sonido, la segunda es por la diferencia de fase o tiempo de llegada del estímulo a los oídos, el cerebro tiene la capacidad entonces, de percibir a que oído llega primero el estímulo sonoro y lo ubica así en el espacio. Es así, como las señales independientes de los dos canales permiten una ubicación espacial, tanto en planos sonoros, como en distribución espacial y este fenómeno es a grandes rasgos la estereofonía.

Las técnicas de grabación estereofónicas más sencillas se realizan con dos micrófonos y se puede clasificar como: coincidentes, no coincidentes y separadas, dependiendo de la postura de las cápsulas al ubicar los micrófonos.

Una de las técnicas coincidentes más conocidas y usadas en el mundo es la llamada técnica X-Y. Esta técnica utiliza dos micrófonos cardioides idénticos que se colocan uno encima de

otro con las cápsulas sobrepuestas en un ángulo de 135° . Con este tipo de técnica, se obtiene una muy buena distribución espacial. Otra de las técnicas coincidentes es la conocida como Stereosonic; en la cual las cápsulas se superponen, pero con un ángulo de 90° .

Entre las no coincidentes los micrófonos también se cruzan en X, pero sus cápsulas no están sobrepuestas, sino separadas. Con estas técnicas se busca la reproducción de las distancias entre ambos oídos. Entre ellas se encuentra la ORTF de la Organización Francesa de Radiodifusión y la NOS de la Fundación Alemana de radiodifusión. La diferencia entre ambas técnicas es el ángulo de ubicación de los micrófonos; mientras que para la ORTF es de 110° , que equivalen a una distancia entre las cápsulas de unos 17 cm., la NOS usa un ángulo de 90° con una distancia entre cápsulas de 30 cm. aproximadamente.

Un último dispositivo para la grabación estereofónica coincidente es el micrófono MS (mid-side), que consta de una cápsula cardioide ubicada en la parte de adelante (M) y una bidireccional (S) en la parte de atrás, en el mismo cuerpo.

La técnica espaciada o de cápsulas separadas, se basa en dos micrófonos omnidireccionales cuya ubicación parte de la distancia entre la fuente y el primer micrófono, esta distancia se usa como referencia para así ubicar el segundo a tres veces esta distancia. En el caso de utilizar micrófonos cardioides la regla varía en una proporción de 2:1. La ventaja de esta técnica es que no está limitada al uso de dos micrófonos, sino que por el contrario, permite realizar instalaciones de muchos más.

Con estas técnicas es posible no sólo el reconocimiento de los planos sonoros, sino también se puede detectar una ubicación en el espacio. A partir de la correcta utilización de estas técnicas de grabación, es posible crear un espacio sonoro en el momento de realizar los registros.

Las grabadoras

En cuanto a los dispositivos de grabación hay que decir que debido a que la vibración sonora se puede convertir en señales eléctricas que la representan, su codificación puede ser almacenada en diferentes medios; lo que da pie a que existan dos tipos de señal de audio; la digital y la analógica. En la señal analógica, el sonido es una pulsación cuya señal de audio se imprime en formatos de grabación como las cintas electromagnéticas y los discos de vinilo. Mientras que en el audio digital, la onda sonora se descompone en frecuencias y muestras por segundo; que se traducen a secuencias de números, se convierten en paquetes de datos binarios, es decir en ceros (0) y unos (1).

El muestreo es un proceso por medio del cual las señales continuas de la onda sonora se convierten en puntos específicos para una representación digital en una línea de tiempo. Es decir, consiste en tomar el valor de la señal eléctrica a intervalos regulares de tiempo. Pero entonces, si se aumenta el número de muestras por unidad de tiempo (segundo), la señal muestreada se parecerá más, gráficamente, a la señal continua. El siguiente paso, para la

codificación de la señal es la cuantificación, que es la representación de la señal en paquetes de información binaria.

Los formatos más conocidos de almacenamiento de audio digital son los discos compactos (CD), cintas de audio digital (DAT), MiniDisc (MD), DVD y los ya variados MP3. En el caso específico del CD Muestra a 44.100 Hz y cuantifican usando 16 bits en 2 canales (estéreo). Eso quiere decir que se envían 44.100 paquetes de datos, cada uno de ellos de 16 bits o cifras (0 y 1) por segundo (Valencia, 2006). Siendo el medio más fiel y usado a nivel mundial, ya que cumple con todos los requisitos de muestreo y cuantificación necesarios para un óptimo almacenamiento de datos de audio.

No obstante en sus primeros años el CD presentaba algunas limitaciones, por lo que en la década de los 80 SONY crea una competencia formidable para los CD; se trata del MD. El MD se planteó como un revolucionario dispositivo para el almacenamiento de audio digital, ya que desde sus inicios fueron re-gravables, portátiles y a precios asequibles al público. Características por las cuales, junto con los DAT, se han consolidado como los más confiables sistemas de grabación digital portátiles, a pesar de que fueron discontinuados por la SONY en el 2005, para dar paso a nuevos sistemas con discos duros incluidos.

Pero ¿cómo funciona un MD? Pues bien a pesar de ser más pequeños físicamente y en capacidad de memoria (160 Mb), que un CD, pueden guardar hasta 80 minutos de audio; todo esto gracias a un sistema de compresión desarrollado por SONY con base en algunos principios de psico-acústica, denominado **ATRAC** (Adaptive **T**Ransform **A**coustic

Coding). Dicho sistema de compresión se da en una relación de 5:1 y es un sistema de compresión “con pérdidas”, lo que quiere decir que hay partes de la información que se pierden definitivamente en el proceso de compresión; sin embargo, su fidelidad es bastante buena, tal vez mejor que muchos de los sistemas populares de compresión de la actualidad. Por esta y otras razones, como su bajo costo, las conexiones para micrófonos externos y su tamaño ligero; el MD se convierte en la herramienta de grabación escogida para el presente registro.

En cuanto a la imagen

Si bien la fotografía digital ofrece un sinnúmero de posibilidades, también es cierto que ha popularizado la fotografía y es así que las últimas cámaras digitales han superado con creces las ventas de cámaras convencionales de película a lo largo de la historia. Hoy en día la gran mayoría de personas, aún en Colombia, pueden tomar fotografías, bien sea con cámaras digitales o con sus teléfonos móviles. Esta misma popularidad de la que goza la fotografía digital, sumado a las bajas calidades técnicas que se pueden obtener con la cámara a la que permite asirse el limitado presupuesto de la presente producción y especialmente por una razón nostálgica la elección en cuanto a la captura fotográfica ha inclinado la balanza en este registro por la fotografía en película, a pesar de que en el desarrollo del producto se hiciese necesaria la digitalización del material, para su posterior montaje.

Por otra parte, la formación fotográfica del autor ha sido en cámara de películas, de control totalmente manual; cualidades que en la fotografía digital se traducen en costos supremamente altos e inasequibles para este producto. Por lo que la cámara convencional de película es la herramienta que permite un mejor trabajo en cuanto a las posibilidades y conocimientos del realizador. Sin contar la textura propia del grano, que por mucho que se intente nunca será reproducida por un medio digital.

En cuanto a los equipos que se seleccionaron entonces para la captura de imagen se encontraban: una cámara Canon EOS Rebel X para los rollos a color, una cámara Canon AE-1 para rollos blanco y negro, un reflector flexible de un metro, con una superficie plateada que refleja una luz más dura y fría y una superficie dorada que genera visos más cálidos, un kit de luces Lowell de 250 wts.

Enfrentando la realidad

Por diferentes circunstancias, pero especialmente por razones de tiempo, la grabación y en si el proceso de producción se estableció para la semana del 24 al 28 de septiembre del año 2007. Con un plan de rodaje en el que se contemplaban 3 días de grabación. Sin embargo aunque el papel lo aguanta todo, la realidad fue cambiando a medida que se aproximaba la fecha.

La grabación se llevaría a cabo con la colaboración de Luis Carlos Ávila, colaborador y compañero de fórmula del autor en los últimos semestres de la universidad. A pesar de ser Luis Carlos un joven estudiante que no pasaba de la mitad de la carrera de comunicación, sus habilidades y talentos se hicieron destacables, junto con su alto sentido de responsabilidad y compromiso. Razones por las cuales fue llamado para hacer parte del equipo de realización y su colaboración resultó fundamental para el éxito del registro.

A pocos días de empezar la grabación los temores y prejuicios sobre el sector de San Victorino se hicieron presentes en la familia del autor y hubo gran preocupación por la integridad física y la seguridad del equipo de realización, teniendo en cuenta los equipos con los que viajaban. A pesar de que el tema de seguridad ya había sido contemplado en la preproducción y la policía había dado su palabra de colaborar con el registro, la presión por el tema continuó, hasta que se contactó a una persona del sector privado que se encargase directamente del tema.

Así que sobre la misma semana de la grabación un tercer miembro se sumaba a la travesía; se trataba de Adolfo Parra, encargado de la seguridad del realizador y su joven amigo. Sin embargo su presencia en el grupo, alteraba los planes de grabación, ya que se le pagaba por turnos de ocho o por día de trabajo un monto de trescientos treinta mil pesos (\$330.000.00), lo que obligaba a reducir los días de grabación a sólo dos ya que era absolutamente imposible reducirlo a sólo uno. Además de encargarse de mantener un perímetro de seguridad alrededor del equipo, Adolfo colaboró con la movilización de las luces y los trípodes.

Día uno: la cita fue el miércoles 26 de septiembre a las 3:30 a.m. cuando los más osados y rumberos bogotanos vuelven a su casa el equipo de producción se dispone a empezar su trabajo de grabación, dándose encuentro en un edificio al norte de la ciudad. El primero en llegar fue Adolfo, quien espero en la portería a que Álvaro terminase su café de la mañana y tras la bendición de su madre bajase con los equipos. En medio del frío inexpugnable de la noche, las luces de dos taxis rompieron la penumbra, de uno bajaba Luis Carlos, mientras el segundo abría el baúl para cargar los equipos. En el camino los últimos detalles, Luis Carlos monitorearía las grabaciones de sonido, mientras Álvaro cuidaría de la imagen, al tiempo que ejercía el papel de productor y Adolfo a lo suyo.

El camino a esa hora no parecía tan largo como en el día; sin embargo, el frío dio la bienvenida al sector al descender del taxi justo enfrente al C.A.I. todo lucía diferente a esa hora. El sector parecía cubierto por un halo fantasmagórico, en una tensa calma con sus calles desiertas. Al interior del C.A.I. un policía se comunicaba por el radioteléfono con la patrulla; pero la escena de tres hombres cargados de maletas y equipos antes de las 4:00 a.m. le causó curiosidad. El equipo de producción no se atrevió a sacar ningún dispositivo de grabación en la solitaria avenida Caracas. Después de intercambiar un par de palabras con el policía que para entonces ya había salido a su encuentro y quien prometió enviar dos auxiliares bachilleres a acompañar el proceso de producción, el equipo se dirigió a las bodegas subiendo por la Calle Décima hasta la Carrera Doce.

El panorama en la primera cuadra no era alentador, a la derecha se extendía lo que hace algunos años había sido el Cartucho en parte convertido en un parque lleno de caminos y zonas verdes, pero la cuadra más próxima al recorrido del equipo, eran ahora las ruinas de lo que en algún momento fueron casas y que ahora bajo la tenue luz del alumbrado público se convertía en un terreno irregular donde pasaban ratas de tamaños insólitos. Después de la primera cuadra, al cruzar la Carrera Trece se distinguían ya en la siguiente esquina muchísimos carros y en ese momento las luces de la patrulla de policía marcaban las siluetas de muchas personas que desmontaban bultos de los carros. Ya sobre la Carrera Doce A parecía no caber una sola alma, los carros, comerciantes y auxiliares de bodega inundaban la calle y sus aceras. Una cuadra más y allí estaba la Carrera Doce; el equipo se encaminó y a la mitad de la cuadra... allí estaba: el parqueadero que a esas horas de la mañana abría sus puertas para convertirse en una de las bodegas donde se llevan a cabo los madrugones. Era la bodega Medellín la que buscaba el equipo y sin perder tiempo se adentraron en ella.

Una vez adentro no era mucha la gente que allí había, se cruzaron algunas palabras con las personas de la tienda y se preguntó por el administrador, quien por supuesto no estaba. El equipo procedió a buscar las cámaras y la grabadora, pero una sorpresa insólita los esperaba. El MD que se había conectado a la pared mientras se cargaban sus pilas aún permanecía en el norte de la ciudad. Una llamada a casa, otro taxi que rompía la noche y en el unos padres dispuestos a todo por su hijo y poco más de media hora después las grabaciones podían comenzar.

Dentro de la bodega las luces fluorescentes no permitían calcular el tiempo que pasaba, sin embargo las salidas periódicas para registrar los cambios en las afueras develaban que el sol estaba por salir y con el amanecer empezaría una nueva etapa en los ritmos de San Victorino. El madrugón, es un mercado especialmente para comerciantes, donde los precios bajos de la ropa ofrecen al por mayor en la mayoría de los casos. Con el salir del sol y la llegada de los primeros transmilenios, llegaban también camiones con mercancías para surtir los diferentes almacenes y aparecían en las calles nuevos personajes, que espantaban a las palomas que hasta entonces invadían la plaza.

Con el pasar de los minutos y las horas la venta de ropa fue quedando a un lado para dar paso al perifoneo de la venta de desayunos, a los carritos de aromáticas y las ciclas de los vendedores de jugo. Las vitaminas en los vasos sustituían ahora los brasieres al por mayor, el caldo de papas y la changua desplazaban a los jeans y pantalones de última colección. Las escobas refregando los pisos eran las tonadas que precedían a las rejas que se abrían. El sector comenzaba a cobrar vida y desde muy temprano se ofrecía ya el veneno para ratas y pulgas.

El comercio se fue volviendo cada vez más vivo, los perifoneadores y los voceadores ocupaban las anteriormente desiertas calles y todo se llenaba de vida y color. Así transcurrió la mañana y el registro se fue dejando llevar sólo por las voces que irrumpían en el ambiente y poco a poco se conformaba la sinfonía fantástica y única del comercio, cuando casi sin notarlo los payasos empezaron a anunciar los almuerzos, de las paredes se colgaban ya tableros con los menús. Y así terminó el primer día.

Día dos: en el transcurso del jueves se recibió la llamada de Luis, quien notificaba su ausencia en el segundo día de grabación, por lo cual para el viernes el equipo que se reunía a las doce de mediodía del viernes nuevamente en el edificio había presentado un cambio; el encargado de monitorear los sonidos era ahora un médico, Juan Camilo Mendoza. Camilo que poco contacto había tenido antes con las tecnologías y dispositivos de grabación se convirtió más en una compañía que en un colaborador; sin embargo, ayudó mucho en cuanto a la organización y transporte de los equipos. Así empieza el segundo día de grabación, en el que el objetivo es captar la tarde en el sector, la caída de la noche y como el viernes algunos de los comerciantes del sector departen con sus compañeros al calor de unas cervezas en el mismo San Victorino en la temprana noche, para luego poco a poco ir dejando desierto el sector; para ir llenando otros lugares de una ciudad que nunca duerme.

Tal vez la forma más regular de llegar al sector para muchos bogotanos sea el Transmilenio y es justamente allí donde empieza el día dos de las grabaciones. La tarde soleada ofrecía una vista única en el sector y sus sonidos parecían más amables y menos caóticos bajo el sol capitalino. Entre escaparates, tiendas y ventas ambulantes fue cayendo la noche y el registro llenándose de sonidos e imágenes. El sol contra los techos ocultándose en el horizonte dibujaba sombras y producía contrastes con el fondo del cerro tutelar bañado por los rayos dorados del atardecer que hacían parecer a Monserrate un guardián divino de la Plaza de San Victorino.

El registro que navegaba por la polifonía propia del sector buscando matices, acentos y dichos se vio de pronto abstraído en las notas del himno nacional, que parecía eclipsar todas esas voces para entregar las calles a un silencio que se rasgaba con las rejas y puertas que se cerraban; los ánimos cambiaban tras una semana de arduo trabajo y las cafeterías empezaban a acoger pequeños grupos de comerciantes. Las cuentas se iban cerrando en las mesas de las cafeterías, los balances se perdían en la espuma blanca que quedaba en los vasos, mientras una nueva ronda de cervezas llegaba a las mesas.

Así cayó la noche y poco a poco las calles atestadas de gente se fueron quedando solas. La polifonía se fue apagando para que al final sólo perdurasen los pasos en la estación del Transmilenio, que hacían eco por las calles ahora vacías y el motor de los incansables gigantes rojos era el único sobreviviente de todos los sonidos. Terminaban así las grabaciones con un balance de 4 MDs de 74 minutos cada uno parcialmente llenos; 8 rollos de película fotográfica a color y uno en blanco y negro. Era el momento de organizar todo el material, de recuperar lo mejor y hacer un buen producto.

El montaje

Aunque se piense en el registro como un documento fidedigno a la realidad, el material grabado y capturado debe ser ordenado de alguna manera; debe contar algo al espectador y debe por supuesto tener una estructura y estética definida. Éste proceso es conocido, como montaje. Sin embargo, el montaje no es algo que comience al terminar la grabación, todo lo

contrario, el montaje tiene que estar estructurado desde antes de empezar a grabar; es un trabajo que no se detiene hasta que el producto final sea proyectado ante los espectadores. Comúnmente podría pensarse que el montaje se reduce a la edición y mezcla del material, pero más allá de estos pasos el montaje reúne la narrativa del producto, surge casi que al mismo tiempo con la idea misma del registro y aunque debe madurar más rápido, es un proceso que se debe estar renovando, dependiendo de las necesidades y problemáticas artísticas y narrativas a las que se enfrente el producto.

Para cualquier tipo de producto audiovisual, es posible releer y adaptar las palabras de Pudovkin y Timoschenko en su "Tratado sobre Montaje", a definir el montaje como la organización del conjunto de los planos filmados, y su síntesis en las condiciones de orden y de tiempo. Entonces si se piensa en el presente registro de San Victorino, como una pieza audiovisual, cuyos planos son fragmentos del sonido de la vida del sector, grabados y no congelados en el tiempo, como si las imágenes que en últimas los acompañan, se hará posible entender como su montaje es un todo compilador en tiempo y orden de la vida en San Victorino y cómo esa vida del sector refleja la ciudad de Bogotá. Alcanzando así el doble objetivo propuesto por Pudovkin "hacer comprender (o sea narrar o describir) y conmover (o sea dramatizar), si los planos están encadenados de manera inteligente" (Sánchez, 1956, p.94).

Para el montaje de este producto el autor se basó en conceptos básicos de la composición artística; tales conceptos son el "número áureo" y la "sucesión Fibonacci". Que aunque comunes en las bellas artes, resultan mucho menos populares en la producción audiovisual

y casi desconocidos en la práctica radiofónica. Aunque no son un mito ni un secreto la relación de estos conceptos con las matemáticas puede hacerlos parecer engorrosos, pero de mucha importancia en la composición y por ende en el montaje.

Se puede decir la armonía y el ritmo son sin duda cualidades que generalmente se aplican a las artes, y que la mayor de las veces están presentes en los productos comunicacionales, pero rara vez se piensa en comunicación que los productos deben tener armonía, ritmo y fundamentalmente matemáticas. Pero si se piensa en la composición, en la armonía y en la belleza se piensa implícitamente en los números, ya que "la obra de arte debe parecer de generación espontánea. Ser necesaria. Como un ser, completa; anatómicamente organizada; reconocible como una persona" (Tosto, 1969, p.13). Pero ¿cómo lograr parámetros de ordenamiento similares a los de la naturaleza? Pues bien, la respuesta es someterse a la lógica de los números.

Consiente de esto el autor piensa el montaje del producto, con base en fracciones, proporción y ritmo; para que el registro no se torne aburrido y simple a los oídos del espectador inexperto y a veces impaciente ante los sonidos del diario vivir. Así es que en un principio parte de los números pares, pero estos se asocian con la simetría, que se traduce en un ritmo igual y monótono, los impares producen asimetría, que se traduce en un ritmo discontinuo, variado e inestable; pero hay un número que relaciona las medidas perfectamente, se trata de el número áureo (número de oro), es el número que produce "el equilibrio armónico de proporciones perpetuas". Se trata de un número que no se presenta como unidad, sino como una relación y se halla en todos los productos de la naturaleza;

como en el cuerpo humano, los caracoles, las nervaduras de las hojas de los árboles, el grosor de sus ramas y en un sinnúmero de obras de arte. Se trata de el numero 1,618033...

Ahora bien, si se traduce el número áureo a unidades de tiempo sería equivalente a un minuto, treinta y siete segundos aproximadamente. Con el uso de una calculadora es posible entonces definir que la unidad de tiempo básica para la composición del presente registro es 1:37:08 minutos. Pero entonces, ¿cómo usar esta unidad de tiempo de tal forma que los elementos se ubiquen en la línea de tiempo de la composición de una forma rítmica con proporciones naturales?

Pues bien, las secuencias a seguir pueden comenzar en un principio con los números naturales (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, etc.) los cuales resultan aburridos, ya que cada uno de ellos tiene una unidad más que su predecesor y una menos que el siguiente. Pero ¿qué pasa si cada uno de los números es igual a la suma de los dos anteriores? Pues bien esta pregunta ya ha sido contestada desde hace muchos siglos atrás; la respuesta es simple: la serie será asimétrica, pero armónica, ya que en ella existirá la proporción. Ésta serie se denomina serie Fibonacci. Su nombre se debe al matemático italiano nacido en 1200 quien formuló entonces la siguiente serie: 0, 1, 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21, etc. creando así un camino hacia la armonía, el ritmo y la proporción perfecta. Y es la serie Fibonacci la que se aplica al montaje del producto.

Entonces si se parte de la unidad áurea y se sigue la sucesión Fibonacci se tendrá entonces que el producto arranca en 00:00:00; después en el minuto 01:37:08, se da fin al Madrugón,

lo que correspondería al 1 de la serie. Después al minuto 03:14:16, el siguiente uno de la serie se tiene la apertura de la puerta. A los 04:51:24 minutos se tendrá lo que el autor denomina el fin de la mañana, con la primera vez que se menciona el almuerzo en el producto. Y finalmente la duración total del producto es de 08:05:30 minutos.

Como puede verse entonces, para cada producto el montaje depende entonces del realizador. El montaje por el que se apuesta en el presente registro es pues, el montaje de lo que sería un día en San Victorino, en un primer lugar apostado hacia la imaginación de un escucha, en un producto netamente sonoro en el que puede reconocer dependiendo de sus conocimientos previos algunos de los sonidos y hacerse su propia imagen, dependiendo de su memoria, relación con el sector y capacidad imaginativa. Para luego pasar a apoyar estos sonidos con imágenes fijas, que capturan diferentes momentos de la vida de San Victorino y generan así una mejor puesta en escena, junto con los sonidos anteriormente escuchados, del sector. Entonces se parte así de la imaginación y las posibilidades del sonido para hacerla volar.

Pero para hablar de montaje, como proceso en la posproducción, refiriéndose más con este término a la edición y la mezcla de los audios; hay que seguir el recorrido por el sistema electro-acústico es ineludible encontrar la tecnología blanda, que permite hacer el tratamiento de las señales de audio. Sin lugar a duda, son muchos los software desarrollados para el tratamiento de audio como el Audition, el Sound Forge, el ProTools, el Samplitude, el Goldwave, entre muchos otros. Pero para el tratamiento del presente registro, se usó Adobe Audition 1.5; en una plataforma Windows XP.

La elección del software se debe a que el Adobe Audition 1.5 es una excelente herramienta de edición y producción de audio que ofrece precisión, control y una perfecta integración con otros programas profesionales como, Premiere Pro y After Effects; que lo hace ideal para el tipo de registro realizado; ya que una vez montado el sonido se deben montar las fotos. Además de estas cualidades, se presenta en una interfaz amigable y de fácil ejecución. Respecto a la finalización, los archivos de sonido creados en Audition ofrecen una calidad profesional que garantiza su distribución electrónica tanto en CD y DVD como en otros medios de grabación.

El tratamiento

Aunque, la grabación de audio es el primer paso de la producción sonora, no es el único. Después de la captura es necesario proceder a hacer la edición y posterior mezcla del producto. Vale la pena decir que; si bien una mala grabación no puede nunca llegar a arreglarse con los software de edición, una muy buena grabación si puede arruinarse con el tratamiento y el proceso de postproducción.

En este punto, como a lo largo de todo el proceso, es fundamental el cuidando en la manipulación de los equipos. En primer lugar hay que asegurarse de establecer las conexiones correctas entre los reproductores de grabación y el computador, para asegurar que no se presenten ruidos o parásitos en la señal. En un segundo plano hay que cuidarse de

subir los audios en flat al software de edición, ya que un sonido que suba alterado no podrá recuperarse jamás y la pérdida de información será para siempre. Una vez en el software el sonido es necesario conocer sus alcances y las posibilidades que ofrece en el tratamiento del audio.

Hay que decir que el proyecto se muestreó en el PC a una tasa de 48000 Hz; en dos canales (estéreo) a una resolución de 16 bits. Homologando la grabación a los valores del audio de soportes audiovisuales, para no generar pérdidas de información ni malgastar material al momento de subir el audio al producto final, que se presenta como un video y cuyo soporte madre es una cinta digital de video; aunque su entrega final sea en un DVD. En cuanto al proyecto, se hizo uso de seis canales para la mezcla.

Vale la pena aclarar respecto a la mezcla que existen algunas técnicas diferentes, como: la mezcla por ecualización, por compresión de voz principal o por automatización. En la mezcla por ecualización se restan espacios de determinadas frecuencias para generar campos en el audio y así dar cabida a elementos con prelación dependiendo de los intereses particulares del realizador. En la mezcla por compresión de voz principal o ducking se hace uso de dos compresores, el primero de referencia que se aplica a la voz principal o al elemento a resaltar y el segundo que obedece al de referencia; lo que quiere decir que un elemento se resalta por un incremento en la intensidad, mientras el resto de elementos trabajan su intensidad dependiendo de los valores asignados al elemento principal. En la automatización se dibujan las intensidades del sonido para que cada vez sea justamente igual, en otras palabras, la mezcla por automatización en un juego entre volúmenes, que se

grafica sobre las ondas, permitiendo así superponer, yuxtaponer o mezclar sonidos, sin que ninguno de ellos pierda su vigencia, pero resaltando alguno de ellos o suavizando sus mezclas; aunque vale la pena aclarar que se puede automatizar también, por paneo; distribuyendo espacialmente los elementos disociados y por ecualización.

En su gran mayoría el proyecto está mezclado con la técnica de automatización. Las otras dos técnicas se usaron como pruebas que no dieron resultados tan alentadores como la escogida y se delegaron a pequeños fragmentos del producto final.

Mientras que la imagen se trabajó después de su digitalización con unas sencillas animaciones en Adobe After Effects 7. Su montaje se hizo partiendo de los principios de frecuencia, las repeticiones que de la imagen se haga a lo largo del montaje; orden que como ya se ha establecido es el orden de el día, es decir se presentan las imágenes con cierto tipo de cronología llegando a clímax que den paso a nuevas partes del día; y finalmente el concepto de duración; que es el tiempo que permanece en pantalla una imagen. Es este el tratamiento que se hizo en la finalización del producto.

La presentación del producto finalizado

Como se ha insistido a lo largo del documento, el registro busca hacer un juego entre la memoria, la imaginación y la realidad. Por lo que e producto se presenta de la en un DVD

con un orden y unos pasos a seguir. He aquí una guía para la comprensión, no solo de su uso sino también de sus pretensiones.

Sinfonía San Victorino: En este primer capítulo se presenta el montaje sonoro que se ha hecho, con los registros capturados, para que el espectador escuche e imagine, dependiendo de su memoria como transcurre un día en el sector, identificando los diferentes sonidos que se le presentan y arme así su propia versión de lo que allí pasa, con las imágenes que su cerebro cree o recree.

Un Relato A Color: El segundo capítulo del producto busca contrastar ese mundo creado por la imaginación del escucha con las fotografías propias del sector, completando así el registro de San Victorino y haciendo fehaciente la realidad de sus calles, el color de sus sonidos y narrando todo un texto que el espectador puede leer dependiendo de sus relaciones con la ciudad.

Las Voces De La Realidad: Por último se ofrece la posibilidad de escuchar algunas entrevistas y testimonios de habitantes del sector, que ayudan a tener una imagen más amplia de lo que allí ocurre.

Usos y fines

Si bien el registro de San Victorino se presenta como trabajo de grado para aspirar por el título de comunicador social, no es este su fin. Al concebirse la idea como una apuesta por la memoria de Bogotá, es entonces San Victorino el primero de los lugares registrados, en los que se puede reconocer la Bogotá actual y que se perpetuaran en soportes digitales para la creación de dicha memoria. La apuesta por el reconocimiento de flujos comunicacionales, de experiencias sociales en un medio que retrate por el sonido el movimiento y el ritmo propio de la ciudad, debe extenderse a muchos otros puntos de la capital, para conformar así una colección que articule un mapa de la ciudad, ya no limitando por la formación social que tengan los capitalinos de distintos estratos socio-económicos, sino potencializado por el sonido de lugares antiguamente estigmatizados.

Entonces, esta apuesta, cuyo fin es el reconocimiento de una ciudad sonora, cuyas dinámicas comunicacionales entretejen su identidad, se proyecta para ser usada como instrumento de reconocimiento a futuro de los habitantes de la capital. Un uso de documento histórico que dé fe, ya no sólo de los acontecimientos e imágenes, sino que permita revivir y recrear situaciones, intercambios sociales y realidades vividas en la ciudad, después de que sus protagonistas hayan desaparecido de la tierra. Es entonces un uso de perpetuación en la memoria colectiva y social de un tiempo de cambio y un cambio de tiempos.

EL TESORO DE LA PRESERVACIÓN

A modo de conclusión, hay que decir, que la ciudad guarda en sus calles historias que narra a gritos, pero que el ciudadano debe descubrir y releer desde los diferentes lenguajes que maneja la urbe. En los gritos de los niños, en las actividades comerciales, en el volar de los pájaros, la ciudad se re-escribe y se piensa a sí misma, para encubrir con algarabía sus realidades funestas; para resaltar en sus barrios una historia común que va más allá de sus calles, de sus localidades y que encierra en sí todo el espíritu propio de sus habitantes. Los ricos que temen a los pobres y los pobres que temen a las ratas, los centros comerciales y las plazas de mercado, realidades puestas que parecen luchar por la verdadera cara de Bogotá, son todas parte del mismo gran texto que es la ciudad.

El reconocerse a sí mismo en espacios nunca transitados, en parajes que sólo se han imaginado permite al ciudadano ser consciente de esa Bogotá que duerme bajo los cerros y que es parte de su propio yo, es parte de su ser-urbano de su ser-bogotano. No importa donde haya nacido, si pasea por la Séptima, si busca Monserrate para ubicar los puntos cardinales y si reconoce en el frío de las madrugadas el despertar de una ciudad que nunca

duerme, es bogotano y como tal, debe reconocerse en todos los espacios de un monstruo enorme que devora comunicación e historia y cuyo pasatiempo es nutrir miles de imaginarios.

En cuanto a San Victorino y su realidad, hay que decir que las relaciones sociales que allí se tejen dan pie y forma a estructuras que se repiten en mayor escala a lo largo y ancho de la ciudad. Los procesos comunicacionales que se presentan son reflejo de una ciudad en cambio, de una ciudad en proceso de desarrollo, que busca el norte técnico y tecnológico, que sigue los pasos a un mejor vivir para sus habitantes, pero que permanece anclada en los terrenos inciertos de miles de años de atascamiento y que como un adolescente busca ser un hombre, sin haber superado procesos y etapas propias de la infancia y ahora las quema en sectores que parece olvidar y limitar. San Victorino es pues el punto de encuentro entre dos fuerzas opuestas que riñen en el interior propio de Bogotá.

Por otra parte se hace fundamental resaltar que los registros que buscan crear memoria deben ser más amplios a nuevos temas, que aunque parezcan corrientes y en ocasiones puedan llegar a ser banales, narran eficazmente las realidades de una población determinada. Así que el consumo de una población, sus conversaciones, sus gritos, sus murmullos y hasta sus silencios deben recuperarse para la historia. El sonido debe ser incluido en la memoria de la ciudad, ya que a lo largo de la historia el hombre ha centrado sus esfuerzos en dejar registros escritos y visuales, haciendo del sonido en el mejor de los casos un soporte que brinda veracidad a los mismos, pero nunca ocupándose de él como elemento protagónico en la narración histórica de la humanidad.

Finalmente y a modo de reflexión permítaseme hablar en primera persona, ya que es difícil reflexionar de otra forma. Pues amigo lector, las líneas que usted ahora finaliza, abren un sinfín de caminos por recorrer y el registro aquí planteado es para mí, el primer paso por esos caminos inhóspitos e intrincados de la ciudad en la que he vivido toda mi vida. Se abre con él la posibilidad de mirar atrás, de mirarnos a nosotros mismos desde realidades que parecen ajenas y revelan la existencia misma de un espíritu bogotano, que nos cobija a todos los habitantes de esta maravillosa metrópoli y que sin discriminación nos retrata y nos modela para enfrentar un futuro incierto en medio de los cambios vertiginosos de ésta era.

Y así como *San Victorino: Sinfonía Del Caos* es para mí un acierto en la búsqueda y la apuesta por una memoria sonora de Bogotá, también puede plantearse como una ventana a las ciencias sociales, especialmente a la comunicación, que permita una búsqueda y un interés más profundo por las verdades que encierra el sonido, por los intercambios comunicativos que invaden nuestras vidas y por las relaciones sociales que se tejen en terrenos ignorados y marginados, en esos no-lugares. Es el momento de replantear la mirada bajo la que hacemos objeto los lugares, las personas y los acontecimientos de la vida diaria; para desde allí vernos como especie y surgir renovados ante las innovaciones tecnológicas que se nos imponen; rescatando de nuestras experiencias la sabiduría necesaria.

Entonces, para terminar; el presente trabajo puede plantearse como un ejercicio, no sólo en el espacio establecido, sino aplicable a toda la ciudad; para descubrir nuevas realidades que muchas veces pasamos de largo. Le agradezco amigo lector compartir su imaginación y sus

imaginarios conmigo a lo largo de este texto y del registro mismo; y aunque sé que muchos de los interrogantes que han surgido a lo largo de la lectura y la escucha no han sido satisfactoriamente resueltos, estoy seguro de que su próxima visita a San Victorino le contará nuevas anécdotas y encontrará usted una polifonía ya no insoportable, sino reflejo de realidades ocultas de la ciudad.

Bibliografía

- Alcaldía Mayor de Bogotá. Mapa San Victorino: El Renacimiento del Centro.
- Arango, C. (2003). Comunicación estereofónica y ciudad. Colombia, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Augé, M. (1992) Los no lugares Espacios del anonimato. España, Gedisa editorial.
- Augé, M. (2001). No-lugares y espacio público. Publicado en <http://quaderns.coac.net/center/castella/Numeros/231/sumari/auge.htm> Consultado el 18 de octubre de 2006.
- Barman, Z (2006). Vida Liquida. España, Paidos.
- Centro de Atención especializada en Salud Ocupacional (CASO) (1995). Cartilla: Sistema de Vigilancia Epidemiológica del ruido. Colombia, ISS.
- Diccionario de la lengua española (2005). España, Espasa-Calpe S.A.
- Fentress, J. (2003). Memoria social Madrid, España, Cátedra.
- Fernández, J. (2006). Anotaciones de clase Ficción I (modulo sonido). Colombia, Pontificia Universidad Javeriana.
- Ferrer, E (2002). Publicidad y comunicación. México, Fondo de Cultura Económica.
- Guyton, A. y Hall, J. (1997). Tratado de Fisiología Médica. México, McGraw-Hill.
- Labrada, J. (1995). El Registro Sonoro. Colombia, Voluntad.

- Medina, F. (2003). Comunicación, consumo y ciudad. Colombia, Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.
- Rojas, D.; Reverón, C. (1998). Plaza de San Victorino, punto de encuentro y lugar de intercambios. Bogotá, Historia Común. II Concurso de historias barriales y veredales. Acción Comunal Distrital. Bogotá.
- Sánchez, R (1956). Guía cinematográfica Doclam. Bogotá.
- Silva, A. (2003). Bogotá Imaginada. Colombia Alfaguara S.A.
- Singer, R. (1971). Psicología: Evolución y desarrollo. México, Interamericana.
- Tosto Pablo (1969). La composición aurea en las artes plasticas.Buenos Aires, Hachette
- Valencia J. (2006). Anotaciones clase Tecnologías de la radio. Colombia, Pontificia Universidad Javeriana

ANEXO 1

Sobre los micrófonos.

Los micrófonos son dispositivos electro-mecánicos, que reciben la vibración sonora (mecánica) y la convierten en energía eléctrica análoga. Y existen 4 tipos de micrófonos, que se enunciarán, para entender las elecciones que se hicieron en la realización del presente producto.

En primer lugar los de carbón que son los más sencillos y económicos, pero presentan algunos problemas; en primer lugar auto-generan ruido y en segundo, su respuesta de frecuencias no es muy buena; éste tipo de micrófonos son los que se usan en los teléfonos. Por otro lado, están los de bobina móvil, también se los llama dinámicos; son los más usados para audio convencional. Son los más robustos y, en general, los más económicos. Como dato inicial, se conectan directamente al dispositivo de grabación por una entrada de micrófono. Los dinámicos se distinguen por trabajar con altas impedancias 500 o 600 Ohm (una sensibilidad alta del componente al que se conecta). Estos micrófonos están compuestos por una membrana sujeta a una bobina y el desplazamiento produce una pequeñísima corriente que es utilizada por la consola o el amplificador para alimentar el circuito y sabiendo acoplar este tipo de micrófono a un circuito se pueden obtener buenos resultados. Son aptos para trabajar en situaciones extremas. Son los que comúnmente se

llaman “duros”. No capturan las frecuencias extremas y su rango dinámico no supera los 60 decibeles. Además se pueden conectar a un circuito no balanceado con el adaptador de Pin 1 y 3 como negativo y Pin 2 Positivo (Fernández, 2006). Una excelente elección para las condiciones del presente registro.

Hay que mencionar también los micrófonos electret que aunque no hayan sido seleccionados en esta oportunidad, fueron tenidos en cuenta para la captura. Estos micrófonos son de una gama intermedia entre los dinámicos y los electrostáticos poseen una membrana conectada a un circuito pre-magnetizado y ofrecen una impedancia más baja y un nivel de señal superior a los dinámicos. Trabajan con una pila de 1,5V y son ideales para reportería porque son robustos y ofrecen una mejor respuesta que los dinámicos. Se utilizan más que todo como micrófonos de corbata o Lavalier. Su respuesta en frecuencia va de los 50 o 60 HZ a 17 000 Hz. Su utilización es muy amplia, ya que son económicos resistentes y la pila les puede durar varios meses (Fernández, 2006), sin embargo resultaban dispendiosos para el tipo de capturas que se iban a hacer.

Finalmente están los de condensador. Son también conocidos como electrostáticos. A diferencia de los dinámicos que generan una corriente muy débil, el principio de éstos micrófonos, consiste en utilizar una corriente de 48 V que se modifica por una placa, trayendo como beneficio una impedancia baja (150 o 200 Ohm), menos ganancia en la consola o pre-amplificador, generan poco ruido de fondo, se pueden situar lejos de la fuente y proporcionan una respuesta en frecuencia plana y en todo el rango (de 20 Hz a 20 000 HZ), su aplicación principal es en estudios y en captura de sonidos con mucha calidad.

Pero, requieren de una fuente que proporcione el voltaje para que puedan funcionar y aumenta un elemento más al equipo de trabajo. Esta fuente se conoce en inglés como Phantom power, este nombre de “fantasma” viene del hecho de que si el micrófono requiere de corriente el circuito se la proporciona, pero si es dinámico o electret no la suministra. Estos micrófonos son costosos y muy delicados, además son muy susceptibles a la humedad y a la condensación, en zonas tropicales o húmedas y a cambios bruscos de temperatura como los producidos por el aire acondicionado. Su manipulación es delicada y es mejor utilizarlos con una suspensión elástica. Son los más costosos y finos. Algunos tienen partes hechas en oro. Para funcionar bien requieren de una pila o de un cable con energía eléctrica desde la consola (Phantom power), casi siempre unos 48 voltios. Se usan en estudios de grabación y en los mejores estudios de radio (Fernández, 2006). Los que resultan muy complicados y dispendiosos para los fines de la presente grabación.

Al disponer de varios micrófonos es importante poder adaptar, el micrófono que se seleccione al dispositivo de grabación. Este ajuste se puede llamar acople. En un lenguaje sencillo y coloquial, un micrófono dinámico genera una corriente eléctrica tan débil que es necesario conectarlo a un circuito muy sensible a la señal. Mientras que un micrófono de condensador genera una señal más fuerte y puede conectarse a un circuito menos sensible o de menor impedancia. Entonces, la impedancia es una propiedad eléctrica del micrófono que permite unos altos niveles en el estándar de grabación en la medida en que el dispositivo de grabación, amplificador o consola corresponda con dicha característica del micrófono. Sus valores generalmente oscilan entre 600 ó 50 Ohmios.

La impedancia es una más de las características que definen la calidad de un micrófono y su elección al momento de hacer las grabaciones. Entre dichas características, también es posible resaltar: la respuesta de frecuencia, la sensibilidad, la fidelidad y la directividad.

De la respuesta de frecuencia se puede decir en pocas palabras que dependiendo de la aplicación, el micrófono debe responder igual a las componentes de un sonido complejo para no causar distorsión. Respecto a la sensibilidad cabe anotar que el micrófono debe ser capaz de percibir sonidos de baja intensidad. En cuanto a la fidelidad; el micrófono debe convertir los sonidos en señales eléctricas iguales (análogas) sin distorsionar es decir sin cambiar el tamaño, atenuar componentes o introducir ruido (Valencia, 2006).

Otro patrón importante al momento de grabar es la directividad o polaridad del micrófono seleccionado. El patrón polar permite definir el ángulo con el que se captura el sonido o la dirección hacia donde se recoge (Fernández, 2006), es decir la directividad del micrófono implica que el micrófono debe percibir los sonidos que le llegan desde una dirección determinada respecto a su posición. Es así que los micrófonos pueden ser omnidireccionales, bidireccionales o unidireccionales, dependiendo de su patrón de polaridad.

Los omnidireccionales; son aquellos que sin importar como se coloquen captan todos los sonidos que ocurren alrededor; capturando lo mismo en cualquier posición, ya que su ángulo de captura es de 360°. Los bidireccionales son los que captan el sonido que llega de dos direcciones, generalmente los sonidos que llegan por la parte frontal y los que llegan

por la parte posterior, pero excluyen o son mudos, al sonido que les llega por los lados; en otras palabras tienen un diagrama polar* en forma de 8, con dos lóbulos opuestos, partiendo que el micrófono es el centro del 8 solo capta los sonidos de dichos lóbulos.

En cuanto a los unidireccionales existen los cardioides, los supercardioides, los hipercardioides y los ultracardioides.

Los cardioides, que se denominan así porque su diagrama polar tiene forma de corazón; capturan en un ángulo de 180°. No obstante, tienen una característica muy especial y en ocasiones perjudicial, y es que su respuesta en los bajos se dispara cuando la fuente se encuentra muy cerca de la membrana y es el causante de los golpes o pops. Este fenómeno se conoce como efecto de proximidad y aumenta considerablemente el extremo grave de la voz. Por lo que se hace imprescindible un uso correcto de ellos para evitar este tipo de inconvenientes en las grabaciones.

Los supercardioides, los hipercardioides y los ultracardioides presentan ángulos más cerrados, que van desde los 120 °, este ángulo depende del modelo y de la longitud del filtro utilizado. Este tipo de micrófonos se usan con diferentes accesorios, como el zeppelin y el perro, destinados a protegerlos del viento.

* Un **diagrama polar** es un **dibujo técnico** que refleja la radiación en que un determinado sistema, en este caso el micrófono capta el sonido.

Entonces la elección de micrófonos no es sencilla y no hay una sola solución al enfrentarse a las grabaciones, por lo que se hace indispensable tener los conceptos claros y definidos los fines para los que se han de usar los micrófonos.