

Título: VIDEOCARTOGRAFÍA URBANA: ESTRATEGIAS DE AUTORREPRESENTACIÓN EN EL CONTEXTO DE LOS NUEVOS MEDIOS

Nombre: COLLAR CAMPOS, ALVARO

Universidad: Universidad Complutense de Madrid

Departamento: Comunicación audiovisual y publicidad II

Fecha de lectura: 05/02/2016

Programa de doctorado: DOCTOR POR LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Dirección:

> **Director:** Francisco García García

Tribunal:

> **presidente:** M. DOLORES ARROYO FERNÁNDEZ

> **secretario:** ALBERTO LUIS GARCÍA GARCIA

> **vocal:** DAVID GÓMEZ LOZANO

> **vocal:** FERNANDO MARUGAN SOLIS

> **vocal:** MIGUEL BAÑOS GONZALEZ

Descriptores:

> TEORIA ANALISIS Y CRITICA DE LAS BELLAS ARTES

El fichero de tesis ya ha sido incorporado al sistema

> <https://eprints.ucm.es/id/eprint/42093/>

Localización: E-PRINTS COMPLUTENSE

Resumen: Desde su aparición, los medios de comunicación de masas han monopolizado la representación del fenómeno urbano. A comienzos del presente siglo, la democratización de los sistemas digitales de grabación y la llegada de la web social han supuesto un cambio radical en la manera de afrontar lo cultural y ha posibilitado que por primera vez el ciudadano pueda asumir un rol fundamental en la construcción de la imagen de las ciudades que habita.

El presente trabajo tiene como finalidad el estudio de las manifestaciones creativas en vídeo, emergentes, online, en relación con sistemas cartográficos de grandes urbes y su papel en la representación de dichas ciudades. Se estudiarán los vídeos geolocalizados asociados a las capas videocartográficas de las mayores poblaciones urbanas mundiales y se identificarán tendencias en el modo que tiene el usuario de afrontar la creación de los mismos.

Se planteará además la necesidad de una revisión conceptual de tres términos fundamentales para poder comprender las estrategias de creación aplicadas a la videcartografía: autoría, creatividad e interactividad. Esta revisión se hará teniendo en cuenta la coyuntura cultural actual, las características de los nuevos medios (L. Manovich, 2005) y la fenomenología de la emergencia (S. Johnson, 2001).

El estudio se realiza online visitando los mapas de las ciudades en Google Maps a través del mash-up

Youtube Videos Near Me creado por Amit Agarwal de Digital Inspiration y se complementa en la plataforma de vídeo Youtube, analizando en profundidad el vídeo y su metadata

(Folcsonomías, visionados, subscriptores, engagement) a través de la interface convencional de Youtube y del add-on vidIQ.

Esta es una investigación multidisciplinar acerca de la videcartografía donde se analiza cómo los individuos -de manera colectiva y emergente -construyen sistemas de autorrepresentación de las ciudades que habitan. Es un análisis de las estrategias que utilizan y un primer acercamiento taxonómico a las obras audiovisuales generadas en este proceso de autorrepresentación.

El presente trabajo responde a la necesidad de reflejar un cambio fundamental de paradigma en la construcción de la imagen de las ciudades. Si antes eran los medios de comunicación de masas los principales encargados de generar la representación de las grandes urbes a través del cine, la televisión, etc... ahora surge la figura del ciudadano, del usuario, que de manera individual aporta su punto de vista a la creación colectiva de la imagen de la ciudad.

Esto si bien no supone un relevo completo en los procesos tradicionales de representación de lo urbano, si que establece una alternativa novedosa a los medios tradicionales y un primer paso que consideramos fundamental hacia una mayor independencia simbólica de los mass media.

Lo digital -y más concretamente el cambio provocado por la irrupción de la web 2.0, el desarrollo y popularización de sistemas de grabación digital y la creación de sistemas de mapeado online como Google Maps -supone punto de partida ideal para dotar al ciudadano de las herramientas perfectas para capturar su realidad, integrarla dentro de un sistema cartográfico que ayude a contextualizarla y compartirla de manera fácil con el resto del mundo.

PALABRAS CLAVE: Vídeo, creación, emergencia, cartografía, Internet, nuevos medios, videcartografía, autorrepresentación.

