



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

**CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA RURALIDAD A PARTIR DE LA
NARRATIVA TRANSMEDIA. CASO: DOÑA EMPERA**

Trabajo de titulación previo a la obtención del

Título de Licenciado en Comunicación.

Autores: Bryan Iván Ortiz Rodríguez

Fernanda Nicole Torres Veloz

Tutora: Tania Francisca Villalva Salguero

Quito – Ecuador

2023

**CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Nosotros, Bryan Iván Ortiz Rodríguez, con documento de identificación N°1753156684 y Fernanda Nicole Torres Veloz con documento de identificación N°1727585000 manifestamos que somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que, sin fines de lucro, la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Quito, 04 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Bryan Iván Ortiz Rodríguez

1753156684



Fernanda Nicole Torres Veloz

1727585000

**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE
TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Bryan Iván Ortiz Rodríguez, con documento de identificación N°1753156684 y Fernanda Nicole Torres Veloz con documento de identificación N°1727585000, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos autores del artículo académico: **“CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA RURALIDAD A PARTIR DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA. CASO: DOÑA EMPERA”**, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribimos este documento en el momento que hacemos la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 04 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Bryan Iván Ortiz Rodríguez

1753156684



Fernanda Nicole Torres Veloz

1727585000

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Tania Francisca Villalva Salguero con documento de identificación N°0502959224, docente de la Universidad Politécnica Salesiana Sede Quito, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: **“CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA RURALIDAD A PARTIR DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA. CASO: DOÑA EMPERA”**, realizado por Bryan Iván Ortiz Rodríguez, con documento de identificación N° 1753156684 y Fernanda Nicole Torres Veloz con documento de identificación N° 1727585000, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción artículo académico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Quito, 04 de septiembre del año 2023

Atentamente,



Tania Francisca Villalva Salguero

0502959224

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo identificar la nueva ruralidad a partir de la narrativa transmedia en la cuenta de TikTok de Doña Empera, mediante la descripción de la narrativa actual de la plataforma y la evidenciación de las temáticas del contenido producido por el sujeto de estudio. El artículo presenta una investigación bajo el paradigma naturalista y el enfoque cualitativo que permite la recolección de datos en el entorno virtual. El alcance de este artículo es exploratorio debido a que se aborda un tema que desde la comunicación no ha sido estudiado como en otras disciplinas. Se aplica una netnografía a través de la observación no participante, que brinda todas las capacidades para el análisis del tema, demostrando que la nueva ruralidad se encuentra en constante evolución y se adapta al mundo tecnológico. Además, el estudio posibilita a los investigadores entender los procesos que existen actualmente en las redes sociales como un campo de exploración para la profesionalización y permite aportar una visión fresca que podría seguir en investigaciones posteriores a este artículo. La pregunta de investigación usada como guía para la elaboración del artículo académico es ¿Cómo se construye la nueva ruralidad desde la narrativa transmedia en la cuenta de TikTok de Doña Empera?

Palabras claves: Nueva Ruralidad, Narrativa Transmedia, TikTok, Multiplataforma, Imbricación, Tecnología.

Abstract

The present research aims to identify the new rurality through the transmedia narrative on Doña Empera's TikTok account, by describing the current narrative of the platform and highlighting the thematic content produced by the subject of study. The article presents an investigation under the naturalistic paradigm and a qualitative approach that allows data collection in the virtual environment. The scope of this article is exploratory because it addresses a topic that has not been studied in communication as extensively as in other disciplines. A netnography is applied through non-participant observation, which provides all the capabilities for analyzing the topic, demonstrating that the new rurality is constantly evolving and adapting to the technological world. Furthermore, the study enables researchers to understand the current processes in social media as a field of exploration for professionalization and provides a fresh perspective that could be further investigated in future research. The research question used as a guide for the elaboration of the academic article is: How is the new rurality constructed through the transmedia narrative on Doña Empera's TikTok account?

Keywords: New Ruralism, Transmedia Narrative, TikTok, Multiplatform, Imbrication, Technology.

Índice de Contenido

1.	Introducción	1
1.1.	Ruralidad y nueva ruralidad	5
1.2.	Narrativa transmedia y diversidad cultural	6
1.3.	La imbricación de lo virtual y presencial en las redes sociales	7
2.	Marco Metodológico	10
3.	Resultados	15
3.1.	Temáticas frecuentes en el contenido producido por Doña Empera	15
3.1.2.	Agricultura	19
3.1.3.	Ganadería	21
3.1.4.	Comedia	22
3.2.	Las narrativas transmedia para la extensión de su universo narrativo en multiplataformas	24
3.3.	La relación entre urbanidad y nueva ruralidad mediada a través del uso de tecnología emergente.....	31
4.	Conclusiones	34
5.	Referencias	38

Índice de Tablas

Tabla 1: Matriz de observación no participante.....	13
Tabla 2: Tabla de promedios	18
Tabla 3: Tabla de promedio de tiempo.....	23
Tabla 4: Tabla de reproducciones	25
Tabla 5: Tabla comparativa	32

Índice de Figuras

Figura 1: Caca de perro	16
Figura 2: Habas fritas	17
Figura 3: Poca kiwa.....	17
Figura 4: Emborrajados	18
Figura 5: ¿Cómo aumentar la cebolla larga?	19
Figura 6: Quedan invitados para el cabe de papas	20
Figura 7: El chivito no me deja sacarle una foto.....	21
Figura 8: Mi ternerito	22
Figura 9: Mi ternerito	23
Figura 10: Ya escucharon la nueva canción de mi hijo.....	26
Figura 11: Nuevo video en mi canal de YouTube	27
Figura 12: Nuevo video en mi canal de Youtube.....	27
Figura 13: Videos en YouTube.....	28

Figura 14: Números principales de Doña Empera	29
Figura 15: Dúo con @donaempera	30
Figura 16: Dúo con @donaempera	30
Figura 17: Sin título	33

Introducción

El mundo está inmerso en una globalización tecnológica. El internet está cada vez más presente en nuestra sociedad y cuenta con una proyección gigante en las actividades socioculturales. “En la actualidad, internet es uno de los principales medios a través de los cuales las personas realizan sus actividades diarias” (Rodríguez & Alejandre, 2023, p. 60).

Las redes sociales, como lo mencionan Al-Rahmi & Othman (2013), parafraseado en “Young people and social networks Between the democratization of knowledge and digital inequality” (2021) son un instrumento global para la toma de decisiones políticas, económicas, sociales y educativas a nivel mundial, resaltando la importancia que tienen actualmente en la vida diaria de cualquier persona con acceso a ellas.

Tiktok, la red social de origen chino, en menos de un año desde su lanzamiento en 2016 logró ser la preferida por los jóvenes (Yu, 2020). Esto la configura como una de las plataformas más descargadas, en el 2020 los usuarios sobrepasaban los 400 millones alrededor del mundo (Pan & Chi, 2020).

En nuestro país las cifras más recientes aportadas por Kepios en un informe de tendencias digitales a través de Datareportal asegura que “TikTok contaba con 9,65 millones de usuarios de 18 años en adelante en Ecuador a principios de 2023” (Kemp, 2023, p. 67). Debido a políticas de seguridad no se pueden contabilizar con precisión a usuarios menores de edad.

Por otro lado, las narrativas transmedia o usualmente denominadas “transmedia storytelling” a principios del siglo XXI por Henry Jenkins (2003), citado por Carlos Scolari (2014), son conceptualizadas como “un relato que se cuenta a través de múltiples

medios y plataformas” (Scolari, 2014, p. 72). Sin embargo, para autores como Alvin Toffler, estas escalan en una participación más cercana por parte de sus audiencias, repensados como prosumidores (productores y consumidores). Por ello, las relaciones entre consumidores y productores de contenido se han modificado, haciendo de la narrativa un proceso único y personal que desdibuja las fronteras entre ambos.

En investigaciones recientes se menciona este fenómeno como “un campo relativamente nuevo que se está consolidando en los últimos años dentro del ecosistema de los medios audiovisuales” (Ramos, 2021, p. 100), dentro del contexto latinoamericano y de manera puntual en Ecuador.

Prueba de ello es la aceptación de narrativas no lineales basadas en la interacción en un mundo globalizado. “Hace más de una década, no se materializaba la idea de poder comunicarse con el mundo lejano y mucho menos tener una interacción tan cercana e inmediata como se está experimentando ahora” (Montoya, 2018, p. 54). Se permite así, sostener una mirada fresca en el proceso de cómo se cuentan las historias con una expansión anticipada del relato en múltiples plataformas.

Además, se toma en cuenta que la narración transmedia debe mantener una amplia gama de personajes que ayudan a la extensión del relato dentro del mismo universo narrativo. Marie Laure Ryan, autora de la narratología transmedia y su relación con narrativa transmedia sugiere preguntas en base a la relación que existe entre estos actores: “los componentes del sistema ¿son autónomos, o presuponen el conocimiento de otros miembros de la cadena?; ¿Cómo se relacionan entre sí los mundos narrativos de los diferentes textos?” (Ryan, 2014, pág. 15). Interrogantes que encuentran una resolución en el desarrollo de este análisis.

Los dispositivos móviles según la agencia de marketing digital Branch, que analiza la situación digital actual del país en el periodo de 2021 – 2022, concluye que

“Ecuador es un país con 18 millones de habitantes, de los cuales el 77% son usuarios de Internet. Hay 15.91 millones de celulares en el país y 81% de la población es usuaria activa en redes sociales” (Medina, 2022, p. 2).

Desde otra perspectiva, aquello que se ha denominado la nueva ruralidad no es un concepto nuevo en la investigación académica, “alude, tanto a la complejidad de la organización social, como a su capacidad de cambio” (Carton de Grammont, 2010, p. 6). El término es encontrado en textos de Europa, a mediados del siglo XX, como parte de los proyectos de desarrollo de organizaciones internacionales como FAO, ONU, UNESCO, FMI, entre otros, quienes apostaban por un “desarrollo de lo rural” con la modernización de la economía campesina (Carton de Grammont, 2010).

En América Latina, la nueva ruralidad también fue pensada desde una posible modernización del campo; sin embargo, no se desarrollaba una visión amplia de la complejidad de este sector en la última década del siglo pasado. La CEPAL aclara que estas teorías de desarrollo todavía “Concebían lo rural como una reserva de mano de obra para la industria y el sector agrícola como proveedor de recursos primarios” (Gaudin, 2019, p. 16). Esta concepción ha permanecido por años en el imaginario colectivo, olvidando que la ruralidad está en constante cambio y adaptación, al igual que la urbanidad.

Debido a esto, la mirada de la nueva ruralidad debe alcanzar una nueva perspectiva espacio-temporal acorde a la realidad. “La ruralidad real y la imagen social y políticamente dominante de la ruralidad no son coincidentes. Es como si la imagen se hubiera quedado anclada en un tiempo pasado, mientras la ruralidad real continuaba avanzando” (Querol, Aparici, & Ginés, 2021, p. 39).

Con estos antecedentes, en el presente artículo se plantea analizar, desde una perspectiva comunicacional, a la construcción de la nueva ruralidad a través de las

narrativas transmedia. El estudio toma como referencia a Doña Empera¹, una productora de contenido que puede manifestar la ampliación de su universo narrativo con nuevas plataformas digitales. Ello desde la presencialidad de su comunidad, con sus costumbres, y con tecnología emergente.

El análisis de la construcción de narrativas transmedia permite profundizar cómo surge la creación de relatos extensibles. Desde la comunicación es importante entender la nueva ruralidad, debido a que permite comprender las lógicas y dinámicas presentes en el mundo rural actual.

El estudio, desde una teoría de las narrativas transmedias, apoyado con Carlos Scolari (2013), Henry Jenkins (2007) y Marie Laure Ryan (2014) posibilita formular una lectura de las nuevas ruralidades desde la comunicación. El tema ya ha sido tratado desde diferentes disciplinas como la antropología y la sociología, pero muy poco, o casi nada, desde estudios de ecología de medios y la comunicación digital. Posibilita a los investigadores entender los procesos que existen actualmente en las redes sociales como un campo de exploración para la profesionalización. Aporta una visión fresca que permite seguir en investigaciones posteriores a este artículo.

Para ello, la finalidad de este estudio es identificar la nueva ruralidad a partir de la narrativa transmedia en la cuenta de TikTok de Doña Empera, mediante el análisis de la nueva ruralidad desde las narrativas transmedias, la descripción de la narrativa actual de TikTok, y la evidenciación de las temáticas del contenido producido por Doña Empera.

En este sentido, la pregunta de investigación usada como guía para la elaboración del artículo académico es ¿Cómo se construye la nueva ruralidad desde la narrativa transmedia en la cuenta de TikTok de Doña Empera?

¹Link de perfil de TikTok de Doña Empera <https://www.tiktok.com/@donaempera?lang=es>

1.1. Ruralidad y nueva ruralidad

Se ha mantenido durante años una concepción de lo que significa la ruralidad, asociándose a un espacio territorial donde las prácticas campesinas, agricultura y ganadería, son las principales funciones que se desarrollan para el beneficio de la urbanidad “La nueva ruralidad ... es consciente de que lo rural nunca ha dejado de avanzar y de cambiar, asume que la ruralidad dispone de sus propios futuros y evoluciona autónomamente de forma paralela y a menudo alternativa a esos” (Querol, Aparici, & Ginés, 2021, p. 39).

Al evolucionar de manera paralela a la urbanidad, las tecnologías emergentes no son aparatos extraños que no han encontrado su propósito en las relaciones de la nueva ruralidad, el consumo.

También la creación de contenido actualmente es un escenario propio de esta realidad, debido a que las redes sociales han abierto la posibilidad global para que ciudadanos promedio sean creadores de contenido desde su contingencia (Andrade, Iriarte, Rivera, & Yunga, 2021)

Sin embargo, tampoco se ha estudiado a estas tecnologías emergentes como algo normativo dentro de la nueva ruralidad. Cuando se habla de avance tecnológico se describe a la tecnología útil para procesos agropecuarios como se muestra en artículos de CLACSO “Los procesos de modernización tecnológica, tanto en la producción primaria como en las etapas postagrícolas, comportan una redefinición de las posiciones productivas de trabajadores, productores y empresarios” (Barbosa & Bendini, 2001, p. 345). Visión que se perpetúa de manera empírica.

La Cepal apenas en 2023 se plantea proyectos de desarrollo para la nueva ruralidad tomando en cuenta la complejidad de su relación con lo urbano, definiéndolo como rural-

urbano. “Está asociado a determinados modos y medios de vida, formas de apropiación y de producción, redes sociales y relaciones de poder, identidades culturales y sentidos de pertenencia” (Samper, González, & Martínez, 2023, p. 19).

Por ello, se desea introducir la discusión de las tecnologías emergentes como parte esencial del desarrollo social de la nueva ruralidad, debido a que, una de las mayores características esta visión es entender que “lo rural incorpora nuevas dinámicas o dinámicas ya conocidas que no habían sido tenidas en cuenta” (Hembuz, 2018, p. 32). Y que por ende no son estudiadas bajo perspectivas investigativas.

1.2. Narrativa transmedia y diversidad cultural

La narrativa transmedia, según los estudios pertinentes a estas nuevas maneras de relatar, se ubican como una de las formas que el ser humano tiene para pensarse y por ende reivindicarse con sus propias lógicas narrativas. Como se cita en “Narrativas Transmedia” “Jerome Brunner sostiene que hay dos formas de dar sentido al mundo que nos rodea: una manera lógico-formal, basada en argumentos, y otra narrativa, fundada en los relatos...dos formas de pensar y entender lo que pasa a nuestro alrededor” (Carlos A. Scolari, 2013, p. 9)

La diversidad cultural es visibilizada de manera única en redes sociales debido a que permiten a los usuarios ser sus propios productores y consumidores. Mostrando la manera de entender su entorno físico y por cómo se muestra en la virtualidad. Las comunidades rurales, cada vez más integradas en el mundo globalizado, no pueden escapar a las tendencias tecnológicas que día a día se normalizan en nuestras sociedades (Anáhuac, 2019).

Es importante entender como un gran avance para las comunidades el uso sistemático que dan a las tecnologías emergentes, pues permite desde su propio lugar de

enunciación tener interacción con el mundo que los rodea. Esto deja una identidad digital significativa para los usuarios de redes sociales y de internet en general (Calvo González, 2019).

Contar la historia de una cultura invisibilizada, a través de las plataformas emergentes, es una alternativa para lograr que las realidades vean la luz “la diversidad requiere ser visibilizada para contar la historia de todos y todas, no la de unos pocos” (Koppmann, 2020, p. 3).

Además, las limitaciones técnicas en la creación de contenido se han superado en los últimos años debido a la autoeducación en el entorno virtual que tiene la capacidad de llegar a múltiples usuarios en el mundo “Access to the Internet and social media has made content creation become a much more” (Andrade, Iriarte, Rivera, & Yunga, 2021, p. 82).

1.3. La imbricación de lo virtual y presencial en las redes sociales

La imbricación es un término utilizado en distintas disciplinas para referirse a la superposición de dos objetos en una misma realidad. En la biología se asemeja a las escamas de distintos animales y en la arquitectura, a las tejas que tienen esta forma. Sobre la imbricación, la Real Academia Española dice como generalidad que es “Disponer una serie de cosas iguales de manera que queden superpuestas parcialmente, como las escamas de los peces” (Real Academia Española, 2023).

En las ciencias sociales se hace mención al término cuando se habla de fenómenos ocurriendo a la misma vez como parte de un gran único fenómeno desarrollado en distintos espacios, un ejemplo es “La consonancia entre culturas virtuales y atmósfera culturales de la modernidad tardía coloca en relación de imbricación, más que de determinismo, la cultura y la tecnología” (Hopenhayn, 2003,

p. 282). Siendo la imbricación tecnológica con las relaciones socioculturales lo que se analiza en este artículo.

El uso de tecnologías emergentes reafirma la expansión de interlocutores en el espacio virtual, ampliando las narrativas culturales a un alcance global “el uso mismo de estos dispositivos tecnológicos, mientras navegamos por el espacio virtual, exagera esas marcas culturales que confieren un cierto destino a la tecnología. De este modo tecnología y cultura se van imbricando dinámicamente” (Hopenhayn, 2003, p. 280).

En la actualidad es necesario desarrollar procesos comunicativos basados en la creatividad que brinden como resultados una comunicación eficaz, es así como se logra “relacionar las nuevas tecnologías informáticas y mediáticas con la creatividad. La gran cantidad de información, textos, iconos, gráficos y modelos, proporcionan mayores y mejores posibilidades de asociación de ideas” (Martínez & Sánchez, 2000, p. 46).

Por lo tanto, hablar de imbricación entre lo virtual y presencial es reconocer que la construcción del mensaje que se dan en redes sociales es una capacidad con la característica creativa en constante evolución “Esta imbricación de los sistemas lógicos y los sistemas sociales produce un escenario nuevo para la acción creativa. Como a principios del siglo pasado, l@s artistas se encuentran ante un nuevo panorama tecno-cultural por explorar” (Martínez C. , 2016, p. 210).

Se debe tomar en consideración que el sujeto de estudio del presente estudio muestra su cultura a través de redes sociales con la creación de contenido, sin olvidar que el producto final es una extensión de lo presencial en lo virtual “la producción cultural imbricada con los medios de comunicación ha generado un cambio profundo en las formas de producción, transmisión y consumo de la misma” (Martínez C. , 2015, p. 155).

Llegando a extender el relato de las redes sociales a convergencias en la presencialidad, “@donaempera” ha generado un capital alrededor de su marca que se materializó en un establecimiento de comida. “Una red dentro de la red, prolifera en textos y reivindicaciones de tantos actores como entradas y salidas a la red pueden darse, y con sorprendente capacidad para movilizar a otros tantos y hacerlos confluir en espacios reales” (Hopenhayn, 2003, p. 296).

Metodología

La nueva ruralidad se refleja en los productos que evidencian el uso de tecnología y plataformas digitales que expanden su narrativa en el entorno virtual y presencial. Se ejemplifica la narrativa transmedia como se manifiesta en los postulados de Henri Jenkins, en los que se reconocen que hemos entrado en una nueva era de convergencia de medios que vuelve ineludible el flujo constante de contenidos a través de múltiples canales (2003).

El sujeto de estudio que nos permitió abordar este tema es la usuaria de TikTok “@donaempera” (Doña Empera), una creadora de contenido ecuatoriana, de la ruralidad de Cotopaxi – Salcedo. Su cuenta cumple con la extensión del relato por su presencia en múltiples plataformas y poseer imbricación virtual – presencial. “Lo virtual adquiere otra denotación con la comunicación a distancia, el consumo audiovisual y ahora con las nuevas TIC. Se dice que no hay nada en el mundo virtual que no esté dado en el mundo real” (Hopenhayn, 2003, p. 282).

El artículo presenta una investigación bajo el paradigma naturalista debido a que se tiene un caso específico para el análisis. “El naturalismo postula una realidad dependiente de los significados que los sujetos le atribuyen y construida a partir de estos significados” (Rodríguez J. , 2003, p. 28). Además, se quiere dejar a la presente investigación como un precedente para futuras investigaciones, dotándola de la característica de la transferibilidad. Como se cita a Guba (1989), en “Contribución sobre los paradigmas de investigación” de Ricoy Lorenzo (2006) “Las conclusiones referidas a un contexto determinado pueden transferirse a otro en lo posible y siempre desde el análisis de las propias circunstancias y el grado de similitud, dado que no existen escenarios idénticos” (p. 20).

El enfoque cualitativo permitió la recolección de datos de la complejidad de las relaciones en el entorno virtual, sin la tabulación de cifras que no son oportunas para el resto de metodología aplicada. A la vez que se desea comprender el fenómeno más que cuantificarlo. “Es frecuente en fenómenos sociales, su énfasis no está en medir las variables involucradas en dicho fenómeno, sino en entenderlo, no lleva a cabo análisis estadístico” (Vega, y otros, 2014, p. 526).

Puesto que se realizó un análisis de la nueva ruralidad, esta implica reconocer las diferentes relaciones en ámbitos socioculturales narrados en las redes sociales, por lo que Ivonne Balderas Gutiérrez (2013), citando a Straus y Corbin (2002), afirma que el enfoque cualitativo “Puede tratarse de investigaciones sobre la vida de la gente, las experiencias vividas, los comportamientos, emociones y sentimientos” (p. 3).

El alcance de este artículo es exploratorio porque se aborda un tema que desde la comunicación no es estudiado “Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, p. 91).

En la investigación previa para definir el tema de este estudio se pudo reconocer como se nombra, de manera indirecta, la unificación de los conceptos narrativa transmedia y nueva ruralidad. “Los estudios exploratorios son como realizar un viaje a un sitio desconocido, del cual no hemos visto ni leído ningún libro, sino que simplemente alguien nos hizo un breve comentario” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2017, p. 91).

Miguel del Fresno presenta el método de investigación: netnografía, como una etnografía capaz de ampliar al sujeto de estudio basado en las posibilidades de acceso que ofrece para fenómenos digitales específicamente. Mientras que “la etnografía surgió de la necesidad de investigar a pequeños grupos sociales que, por lo normal, como hemos

mencionado, se hallaban alejados geográficamente” (del Fresno, 2011, p. 52). La netnografía da un paso más lejos al permitir investigar al sujeto de estudio desde el ciberespacio, lugar donde se desarrolla.

La netnografía brinda todas las capacidades para el análisis y recolección de datos como la etnografía lo ha hecho a lo largo del tiempo, dándole una importancia académica útil para investigaciones actuales. “La netnografía no evita al investigador el aprendizaje necesario e imprescindible para la realización de una adecuada entrada en el campo de investigación, lo que obligará a una familiaridad con las normas generales propias del ciberespacio” (del Fresno, 2011, p. 84).

Además de estar respaldada por condiciones únicas que sólo se pueden dar con su aplicación en la investigación “La netnografía permite la generación de conocimiento relevante que no esté condicionado por el efecto, inevitable en la etnográfica, de incluir en el campo al propio investigador con los riesgos de modificar los comportamientos y respuestas de la comunidad” (del Fresno, 2011, p. 67).

Una de las aportaciones de este método investigativo es su técnica para la recolección de datos: la observación no participante. Esta última no puede existir sin la primera, debido a que “la netnografía permitiría como novedad frente a la etnografía ciertas posibilidades naturalistas, puesto que permite la observación no participante si es oportuno y ético para el objeto de estudio, sin incumplir las normas éticas” (del Fresno, 2011, p. 55).

La observación no participante permite observar al sujeto de estudio sin la necesidad de que el investigador en algún grado pueda intervenir en los datos reflejados en el campo. En palabras de Miguel del Fresno (2011) “exige la presencia, pero no de manera necesaria la intervención, algo en la práctica imposible en el contexto social offline pero perfectamente viable en el contexto online” (p. 66-67).

Asimismo “la posibilidad de poder optar por si la observación es participante, o no, en el contexto online donde el investigador puede simplemente estar presente permite gestionar los efectos sin infravalorarlos ni desatenderlos de la influencia y distorsión del investigador minimizándolos” (de Fresno, 2011, p. 68), permite obtener resultados para la investigación que se encuentren en el marco ético y profesional concorde a los lineamientos del grupo de investigación que lleva a cabo este estudio.

El instrumento donde se evidencian los resultados obtenidos es una matriz de observador no participante, en la que se estableció las pautas de la observación como: objetivo general de la investigación; objetivos específicos; los contenidos a observar de la cuenta de TikTok “@donaempera”, los cuales son videos seleccionados en base a dos criterios, 1) los más actuales, para lo que se tomó en cuenta los últimos 50 videos publicados de manera interrumpida, 2) una selección por conveniencia, pues al tratarse de 50 videos de menos de dos minutos cada uno, hay una saturación de contenidos de un promedio de treinta segundos o menos que no resultaban útiles para un análisis profundo; la información que se busca (nueva ruralidad en contenidos transmedia) y el formato de naturaleza audiovisual para registro.

Tabla 1: *Matriz de observación no participante*

MATRIZ DE OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE:		
Objetivos específicos	Categorías	Listado de rasgos (indicadores)
Analizar la nueva ruralidad a partir de la narrativa transmedia.	NUEVA RURALIDAD: Se refiere a la concepción de que la ruralidad nunca ha dejado de evolucionar a la par de la urbanidad, acogiendo dinámicas externas y resignificándolas en sus propias costumbres.	Uso de tecnología emergente
		Difusión de conocimientos ancestrales
		Uso de plataformas digitales
	NARRATIVA TRANSMEDIA: Se refiere al relato extensible en múltiples plataformas de	Ser multiplataforma
		Reflejar un universo narrativo

	un universo narrativo en el que su consumidor asume un rol activo.	Prosumidores como parte de su audiencia
		Contenido independiente
Descripción de la narrativa actual de TikTok	NARRATIVA EN TIKTOK: Se refiere a la manera de relatar apropiadamente en el entorno digital en forma de contenido.	Tiempo corto del contenido
		Estímulos visuales
		Audios de terceros
		Diálogos rápidos
Clasificación de las temáticas del contenido producido por @donaempera	TEMÁTICAS DE CONTENIDO: Se refiere a los temas tratados en los videos de @donampera	Agricultura
		Ganadería
		Humor
		Gastronomía
		Trends

Nota. Elaboración propia

Resultados

La nueva ruralidad se ha observado a lo largo de la presente investigación como la ruralidad que siempre se encontró en constante cambio. Siendo la respuesta a los retos e innovaciones presentes a nivel global “La NR está comprendida por una serie de políticas miradas desde distintos enfoques cuyo fin es satisfacer los nuevos problemas del mundo rural. Estas se han enfocado en satisfacer demandas” (García, 2017, pág. 363). Obteniendo así avances a la par de la urbanidad y que inclusive se apropia de sus tendencias tecnológicas para redefinirlas bajo su cosmovisión. Es por eso que el presente acápite de resultados está dividido en tres aspectos:

1. Las temáticas frecuentes en el contenido producido por Doña Empera: gastronomía, agricultura, ganadería y comedia.
2. Las narrativas transmedia para la extensión de su universo narrativo en multiplataformas.
3. La relación entre urbanidad y nueva ruralidad mediada a través del uso de tecnología emergente.

3.1. Temáticas frecuentes en el contenido producido por Doña Empera

En la nueva ruralidad se desarrollan varios tipos de contenidos con temáticas como la gastronomía, agricultura, ganadería y comedia de manera orgánica con un estilo propio del sector. Estos son agregados relevantes para la nueva ruralidad que no niega su raíz productiva, más bien la acoge y la muestra al mundo a través de internet desde un contexto único y alternativo a lo comúnmente mostrado en redes sociales.

Varios de estos contenidos existen de manera individual, sin embargo, pueden coincidir para formar videos que contienen distintas aristas, en cuanto sean necesarias para su narración.

3.1.1. Gastronomía

Los platos mostrados en los productos audiovisuales de la cuenta de TikTok de *@donaempera* son una muestra de la basta gastronomía popular de la ruralidad de la provincia de Cotopaxi. Todos estos son preparados con una base de ingredientes oriundos de la zona y con técnicas tradicionales descritas oralmente por Doña Empera. Es un tipo de cocina tradicional que se caracteriza por un sabor genuino y propio de la zona debido a su proceso.

Se muestran recetas simples, pero con una gran carga cultural impregnada ya que se tiene una manera única de nombrar a cada platillo o ingrediente. Un ejemplo es el maíz dulce *caca de perro*, denominación que ha llamado la atención de usuarios de TikTok no relacionados a estas particularidades en títulos culinarios.

Figura 1: *Caca de perro*



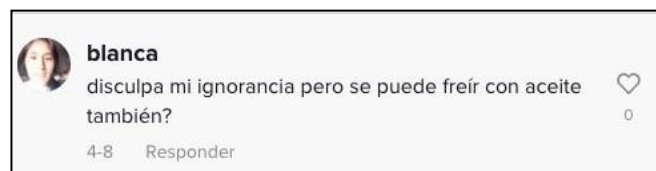
Nota. Comentarios extraídos del video CACA DE PERRO. Tomado de *@donaempera* [Captura de pantalla].

También hay platos populares a niveles regionales como *papas fritas* que son reconocidas a nivel nacional como comida rápida. Sin embargo, la preparación de la zona rural a través de Doña Empera refleja otra historia, recursos y forma de vida de la ruralidad al prepararse con ingredientes frescos.

En la descripción oral de los ingredientes se mencionan, por ejemplo: huevo de campo, ají molido a piedra, mayonesa casera, manteca de chanco como su principal medio de transmisión de calor al momento de freír alimentos en lugar de aceites

convencionales; proteínas como el *cuy*; verduras y carbohidratos cosechados localmente, entre otros que aportan en la obtención de un platillo final representando la herencia gastronómica que los precede a comparación de otros recursos en otros contextos.

Figura 2: *Habas fritas*



Nota. Comentario extraído del video *Habas fritas*. Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

Las técnicas para su elaboración también destacan por su novedosa manera de tratar los ingredientes. Como muestra el ají es molido en piedra, una técnica antigua que percibe un sabor único para este fruto picante; la utilización de leña en la cocción de alimentos con diferentes elementos de la *batería de cocina* que son requeridos en el tipo de preparación específica y la manera de endulzar con alternativas a los azúcares comerciales como la panela o miel.

Incluso dentro de esta categoría se puede colocar a la planta *Poca Kiwa*, de la que su sabor es descrito como chupar limón con sal. Una hoja que se consume directamente de los sectores verdes de las montañas cotopaxenses a manera de lo comúnmente llamado refrigerio. Esto despierta curiosidades y recuerdos en la audiencia de Doña Empera.

Figura 3: *Poca kiwa*



Nota. Comentarios extraídos del video *Poca kiwa*. Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

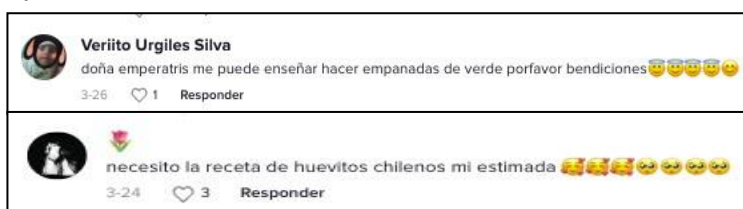
Esto conlleva la visibilización de recetas propias de la nueva ruralidad que están listas para mostrarse en productos audiovisuales en redes sociales. Son tutoriales de alto impacto para la comunidad que Doña Empera ha construido a través de su forma única de enseñar la gastronomía local a la que pertenece. Efectuándose como una referente culinaria a la que sus seguidores recurren para aprender a cocinar.

Tabla 2: *Tabla de promedios*

Promedio de indicadores en videos de gastronomía
624,785 <i>visualizaciones</i>
28,441 <i>likes</i>
2081 <i>guardados</i>
941 <i>compartidos</i>
542 <i>comentarios</i>

Nota. Elaboración propia. Los videos promediados son: [Emborrajados](#), [Habas Fritas](#), [Caca De Perro](#), [Habas Cocinadas](#), [Pan](#), [Té De Sunfillo](#), [Sancocho De Cuy](#).

Figura 4: *Emborrajados*



Nota. Comentarios extraídos del video Emborrajados. Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

Debido a esto, si los procesos requieren mayor explicación son producidos con mayor detalle y mucha más duración de video en plataformas donde la inmediatez no es el principal factor de relevancia para sus usuarios. Este proceso será explicado con mayor rigor en el aspecto número dos.

Esta categoría no puede ser descrita sin el paso anterior a la elaboración del platillo, la agricultura. Esta práctica agrícola de la cual se extrae gran parte de los ingredientes que se usa en la gastronomía y que le dan un agregado a su originalidad por la cercanía que tienen al ser tópicos comunes de este territorio.

3.1.2. Agricultura

La agricultura es parte fundamental de la economía local, es la actividad que comúnmente se relaciona al hablar de ruralidad, lo cual es un error común como se ha mostrado en la presente investigación. No obstante, el propio sector está consciente de la importancia que tiene esta actividad en su cotidianidad, por lo que su visibilización en recursos audiovisuales también lo es para registrar avances de relevancia en la materia.

Doña Empera no es una extraña en realizar tutoriales que enseñan prácticas y técnicas de la nueva ruralidad, por lo que en la agricultura no hay excepciones. Desarrollar métodos innovadores que principalmente se enfocan en la producción de alimentos o modificación de los mismos, ya sea para el autoconsumo o para el abastecimiento de mercados son conocimientos ligados a una larga tradición en el uso de la tierra.

Estos conocimientos si bien están pensados para un gran público en la plataforma de TikTok, la verdad es que está un poco más direccionado para personas que ya tienen cierto contacto con la amplia variedad de productos en actividades complementarias del desarrollo sostenible.

Figura 5: ¿Cómo aumentar la cebolla larga?



Nota. Comentarios extraídos del video ¿Cómo aumentar la cebolla larga? Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

De manera sutil, en pequeñas frases se refleja en varias ocasiones pequeños datos del proceso agrícola para la siembra de alimentos como “Vengo a estar buscando papitas, quizá ya madurará”; “Vendrán a cavar papitas, porque ya mismo están amiguitos”. En donde se denota el proceso de madurar de ciertos tubérculos y la acción de cavar por parte de la agricultora que las sembró.

El proceso de cultivo tiene en su haber varios pasos a seguir. Doña Empera para fines prácticos de contenido se centra en muchas ocasiones en el paso de cosechar o cualquier otro que sea posterior a éste. En ciertas ocasiones ha invitado a su comunidad a ser parte de esta fase, recibiendo buena acogida al proceso de agricultura en sí misma.

Figura 6: *Quedan invitados para el cabe de papas*



Nota. Comentarios extraídos del video Quedan invitados para el cabe de papas. Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

Estos procesos contribuyen de gran manera a la seguridad alimentaria y conservación del medio ambiente al ser tan pocos dañinos en su carácter de producción familiar, por lo que, siguiendo esta lógica, la temática siguiente: ganadería, también aprovecha los recursos a disposición.

3.1.3. Ganadería

La cría de animales en la ruralidad en primera instancia sigue con la lógica ganadera de aprovechar los productos derivados de estos. Lo hemos visto en otras categorías como la gastronomía ya sea en carne, leche, huevos de campo, entre otros. Sin embargo, esta práctica se enseña de una manera más amplia, al mostrar en los productos audiovisuales a los animales en una convivencia más cercana con Doña Empera.

En la ganadería representada se puede observar cómo los animales son criados en áreas verdes de pastoreo y alimentados en pastizales con productos naturales de la localidad. Entre los animales más destacados se encuentran bovinos, ovinos, equinos, aves de corral y cuyes, coherentes con la zona rural en la que habitan y sus necesidades productoras y de transporte.

Si bien no se reflejan métodos de crianza y cuidado general de los animales como en las anteriores temáticas, sí se les da un espacio distintivo al ser en ciertas ocasiones los coprotagonistas o protagonistas completos en los videos. Se los dota de una importancia narrativa para contar situaciones cotidianas de la ruralidad y en las que estos son importantes para que se desarrollen. Muchas veces robándose los comentarios de la audiencia.

Figura 7: *El chivito no me deja sacarle una foto*



Nota. Comentarios extraídos del video *El chivito no me deja sacarle una foto*. Tomado de *@donaempera* [Captura de pantalla].

La personificación de los animales para simular diálogos de audios virales de la plataforma TikTok no son del todo extraños en ésta, pero una vez más lo que se refleja es el toque rural al hacerlo con especies ganaderas. Esta práctica ha hecho acreedora a Doña Empera de simpatizantes y retractores, sin embargo, no se puede negar que son productos diferentes a lo convencional.

Figura 8: *Mi ternerito*



Nota. Comentarios extraídos del video *Mi ternerito*. Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

Esta misma prosopopeya es una característica peculiar del humor producto de la unificación de animales con la narrativa jocosa en las redes sociales, por lo que la siguiente temática es un abordaje más generalizado, en el sentido de hacer de una comedia cualquier situación cotidiana.

3.1.4. Comedia

El entorno rural -como cualquier otro- utiliza la vida cotidiana como fuente de relaciones cómicas, la diferencia es que, como se mencionó anteriormente los personajes varían con una facilidad atribuida a la narrativa digital, con los animales existe otra forma de atención. Aunque no siempre el humor de Doña Empera está relacionado a estos recursos, pues el humor trasciende a fórmulas virales de creación de contenido.

¿Alguien Más Así?	13 segundos
Le Digo Que La Moto Es Peligroso Y No Entiende	8 segundos
Feliz Inicio De Semana Amiguitos	9 segundos
Ya No Hacen Caso Con El Cabresto	9 segundos

Nota. Elaboración propia.

3.2. Las narrativas transmedia para la extensión de su universo narrativo en multiplataformas.

La narrativa transmedia dentro de sus características entiende que un relato debe ser multiplataforma y poseer la capacidad de extenderse de manera diversa, definiéndose como el “conjunto de contenidos, relatos y universos interconectados y disponibles en diversas plataformas, que tienen relaciones intertextuales entre sí, y que buscan generar un vínculo emocional con el usuario para que se apropie y resignifique la narración” (Pinto, Zapata, & Gómez, 2022, pág. 269).

Peculiaridad que comparten grandes producciones que son íconos de las industrias culturales cinematográficas como las de Hollywood. Aunque, la globalización y el uso de tecnología emergente en la producción de contenidos digitales ha demostrado que la “proyección hacia el mundo de la creación y distribución de contenidos ha convertido en creadores y editores a un sinnúmero de ciudadanos ... que, de forma súbita han entrado en actividad económica directamente relacionada con la industria cultural” (Fundación Ideas, 2012, pág. 90), haciendo de este contenido nativo digital parte de una nueva industria cultural emergente con la economía digital. De la que los creadores de contenido e influencers son parte activa con los ingresos que las plataformas pagan por sus productos.

Se pudo observar que Doña Empera es una extensión del relato de su hijo John Valverde, un tiktoker posicionado (1.4 millones de seguidores) en la plataforma por su diversificación de contenido y temáticas. Con él se ha evidenciado, entre otras cosas, la tendencia musical de la nueva ruralidad al popularizar temas propios dentro de la red social bajo el nombre artístico *Muñecazo*.

Tabla 4: *Tabla de reproducciones*

Canciones de Muñecazo	Links a videos oficiales en YouTube	Número de reproducciones
<i>Rompe Zapatos</i>	Muñecazo - Rompe Zapatos (Video Oficial)	18,892,633
<i>Youtubers Mañosos</i>	Muñecazo, Celositas de Tigua - Youtubers Mañosos (Video Oficial)	11,445,274
<i>Saltadito</i>	Muñecazo - Saltadito (Video Oficial)	7,353,751
<i>Tu soltera yo casado</i>	Muñecazo - Tu Soltera Yo Casado (Video Oficial)	6,079,359

Nota. Elaboración propia.

Doña Empera en varias ocasiones sirve como un catalizador de audiencia para promocionar a través de su contenido las canciones de John Valverde, demostrando ser parte de un universo narrativo amplio que ha trascendido a otro tipo de entretenimiento, en la industria musical. Esto no quiere decir que su contenido cambia de manera radical, pues mantiene su esencia humorística y aunque la percepción es de una *colaboración* con su hijo, se entiende que son productos independientes pertenecientes al mismo relato.

Figura 10: *Ya escucharon la nueva canción de mi hijo*

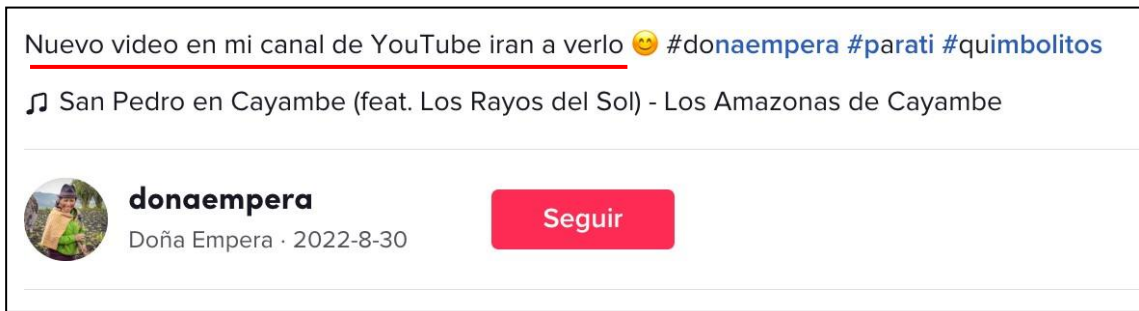


Nota. Descripción del video *Ya escucharon la nueva canción de mi hijo*. Tomado de @donaempera [Captura de pantalla].

Otra manera de extender el relato es con la imbricación de la presencialidad y virtualidad. Es por ello que Doña Empera construyó la marca *Wanllas de Doña Empera*, un restaurante de comida típica de Cotopaxi ubicado en la ciudad de Salcedo. La gastronomía tradicional que hemos analizado en el primer aspecto aquí toma el protagonismo, pues esos platillos pasaron de ser tutoriales o menciones cortas, a su comercialización en un espacio físico bajo el nombre de una marca personal naciente en TikTok.

Además, la creación de este restaurante ha servido para ampliar el tiempo y producción del contenido audiovisual en plataformas como YouTube y Facebook al hacer tutoriales de los platos que allí se preparan; pero de manera más detallada, pues estas plataformas siguen una lógica distinta a la planteada en TikTok, aunque esta última sirve para promocionar los videos extendidos publicados en los canales llamados *Doña Empera*.

Figura 11: *Nuevo video en mi canal de YouTube*



Nota. Comentarios extraídos del video *Quimbolitos* de @donaempera

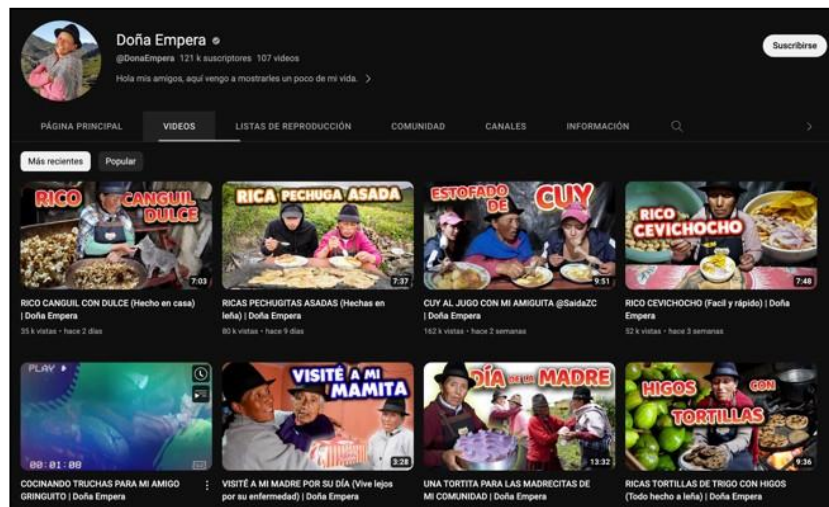
Figura 12: *Nuevo video en mi canal de Youtube*



Nota. Descripción del video Nuevo video en mi canal de YouTube. Tomado de @donaempera [Capturas de pantalla].

Doña Empera es la ejemplificación de un universo narrativo que se extiende no sólo desde su marca personal, sino desde la colaboración con varios creadores de contenido que forman parte de una sola narrativa transmedia.

Figura 13: Videos en YouTube



Nota. Lista de videos en YouTube. Tomado de @DonaEmpera [Captura de pantalla].

Podemos seguir el rastro de esta extensión a varios creadores de contenido relevantes en distintas plataformas, varios representando un universo local que ayuda a mantener tradiciones y la cultura de sus comunidades. Dentro del universo narrativo básico de Doña Empera se encuentran relacionados sus hijos, nuera, entre otros que se dedican a producir contenido independiente.

Hijos

- John Valverde (@johnvalverdea) - 1.4 millones de seguidores
- Neysser (@juvenal.ec) - 116.7 mil de seguidores

Nuera

- Elizabeth Guaminga (@elyguaminga) – 710.6 mil seguidores

Colaboradores

- Rosa Carrion (@roussch1996) – 253.3 mil seguidores
- Pedro Tene (@ahorapit) – 299.1 mil seguidores

Esto ha hecho de la nueva ruralidad un espacio dinámico, sostenible en plataformas digitales y desde el que se promueve a creadores de contenido relevantes en redes sociales. De manera integral se observó como la narrativa transmedia utiliza múltiples plataformas y medios para contar una historia orgánica e interesante. En consecuencia, hay un interés por compartir el contenido por parte de su audiencia, al no haber un registro de en qué plataformas se ha difundido el material audiovisual, sólo se puede dar una idea general por los números reflejados.

Figura 14: *Números principales de Doña Empera.*



The image shows a screenshot of the Instagram profile for 'donaempera'. On the left is a circular profile picture of a woman in a green jacket and a hat, standing in a field. To the right of the picture, the name 'donaempera' is written in a bold, lowercase font, with 'Doña Empera' below it in a smaller font. A red button with the word 'Seguir' (Follow) is positioned below the name. Underneath the button, the profile statistics are listed: '15 Siguiendo', '599.3K Seguidores', and '10.3M Me gusta'. At the bottom, there are three categories with icons: 'Agricultora' (farmer icon), 'Ganadera' (cow icon), and 'Madre amorosa' (mother icon).

Nota. Número de Seguidores y Me gusta en general. Tomado de @DonaEmpera [Captura de pantalla].

La última característica a desarrollar de la narrativa transmedia es su capacidad de beneficiarse de prosumidores como parte de su audiencia, pues estos forman parte del relato apropiándose de los productos audiovisuales para crear una nueva versión del mismo. Al resignificar este contenido, los usuarios desarrollan un sentido de pertenencia en la comunidad digital de la que Doña Empera es fundadora. “El desarrollo tecnológico y la irrupción de Internet han supuesto importantes cambios en la creación y distribución

de contenidos audiovisuales...nuevas narrativas basadas en la transmedialidad y en la participación activa del público” (Mancera, 2018, pág. 26).

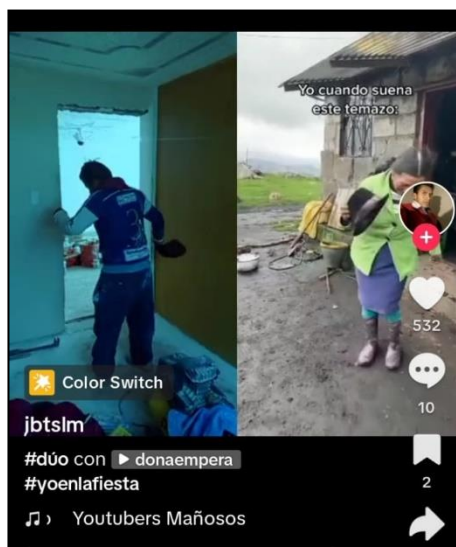
En la plataforma de TikTok es común que los usuarios puedan hacer *dúos*. Una opción que permite grabarse en paralelo con el video original, para reaccionar, aportar con un comentario o replicar lo que se muestra como si se tratase de una interacción en tiempo real.

Figura 15: *Dúo con @donaemperera*



Nota. Dúo con Doña Empera en su video Papas fritas. Tomado de @Raiken69 [Captura de pantalla].

Figura 16: *Dúo con @donaemperera*



Nota. Dúo con Doña Empera en su video Yo cuando escucho este temazo. Tomado de @jbtslm [Captura de pantalla].

3.3. La relación entre urbanidad y nueva ruralidad mediada a través del uso de tecnología emergente.

Este fenómeno es complejo, pues para entenderlo se deben considerar los tres elementos que lo conforman: urbanidad, nueva ruralidad y tecnología emergente. La primera de estas se entiende en relación a su densidad poblacional, pues en ella se concentra un número superior de personas respecto a otras zonas aledañas. Por ende, existe una mayor probabilidad de innovación tecnológica al poseer una concentración de recursos.

La nueva ruralidad es entendida como el producto de transformaciones y cambios que están ocurriendo actualmente en las zonas rurales, en las que se toman elementos originarios de la urbanidad para resignificarlos y apropiarse de ellos bajo sus propias lógicas, es así como el concepto surge “como una categoría de análisis y a la vez es una propuesta política sobre el mundo rural que intenta dar cuenta de la serie de transformaciones que rebasan los límites convencionales, asumiendo un enfoque integral, transdisciplinario y desde lo local-global” (Grajales & Concheiro, 2009, pág. 145).

Las plataformas digitales no discriminan la producción de contenido bajo algún concepto de pertenencia. El contenido producido y difundido por Doña Empera es la prueba de que el material hecho desde la ruralidad puede alcanzar grandes números en interacciones como cualquier otro creador de contenido que represente una realidad diferente desde la urbanidad, tal son los casos de @kikejav.ec; @kerlymoran1 y @aliiskull referentes quiteños con un contenido segmentado a la urbanidad.

Tabla 5: *Tabla comparativa*

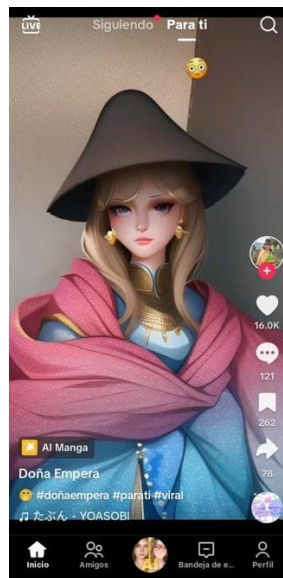
Creadores de contenido	<i>Seguidores</i>	<i>Me gusta</i>
kerlymoran1	810.2K	10.4M
donaempera	600.1K	10.3M
kikejav.ec	272.4K	2.2 M
aliiskull	109K	1.9M

Nota. Tabla de comparación entre @donaempera y otros creadores de contenido. Elaboración propia.

Sin embargo, hay que reconocer que esto no puede ser posible si primero no se tiene un conocimiento básico de cómo funcionan las herramientas que permiten producir el contenido. En años pasados la producción y postproducción de contenido audiovisual poseía una complejidad inherente para personas instruidas en la materia. Ahora estos procesos tienen un gran aliado al alcance de una gran mayoría de personas, el smartphone, una herramienta básica para crear contenido hoy en día, pues estos cuentan con cámara para la producción de videos y aplicaciones que ayudan a editarlo, lo cual es tecnología emergente al estar en un proceso de adaptación a gran escala.

Esta interacción ha cambiado la relación entre la urbanidad y la nueva ruralidad, la tecnología emergente las ha acercado de manera involuntaria pero necesaria. La conectividad digital beneficia a ambos mundos dotándolos de un acceso bidireccional no contemplado. La nueva ruralidad seguirá tomando innovaciones urbanas como los *trends* para desarrollar sus propias tendencias.

Figura 17: Sin título



Nota. Retrato de @donaempera a partir de una fotografía con un el filtro AI Manga (Inteligencia artificial que convierte fotos en dibujos al estilo manga).

La urbanidad, por otro lado, puede encontrar diferentes beneficios de las prácticas rurales, permitiéndola acceder a conocimientos ancestrales, nuevas formas de interacción social y cultural a través de las experiencias nuevas que son compartidas en el entorno digital.

Conclusiones

La presente investigación encontró cómo se representa la nueva ruralidad a partir de la narrativa transmedia de Doña Empera en TikTok. Se descubrió las temáticas frecuentes para producir contenido por parte del sujeto de estudio, al igual que la extensión de su universo narrativo a través de varios medios y la relación emergente entre la vida urbana y la nueva ruralidad, todo ello mediado por los smartphones.

De acuerdo a los resultados se puede concluir que bajo el análisis de la nueva ruralidad, desde la narrativa transmedia, se han identificado los elementos fundamentales que caracterizan a este fenómeno en el contexto de TikTok. La nueva ruralidad se apropia de internet y las redes sociales para su difusión, lo cual ha contribuido a la visibilización de prácticas rurales a través de las narrativas digitales que se construyen de manera continua en estas plataformas.

La nueva ruralidad se destaca por su adaptación a la era digital, superando las barreras tecnológicas predominantes en la actualidad. Esta digitalización potencializa la competitividad de creación de contenido tanto para las zonas rurales como urbanas. El contenido distribuido por Doña Empera muestra la cosmovisión rural desde una nueva perspectiva, mostrando sus propios escenarios en múltiples plataformas como TikTok, YouTube y Facebook. Se extiende, de esta manera, su relato de manera similar a las grandes franquicias que han sido objetos o sujetos de estudio en investigaciones anteriores.

Una de las cualidades más importantes de la narrativa transmedia radica en la necesidad de que el relato debe ser multiplataforma y poseer la capacidad de extenderse de manera diversificada. Carlos Scolari (2014) utiliza el universo ficticio de *Harry Potter* para poder explicarlo, este personaje tiene en su haber narrativo: películas, libros, parques

temáticos, entre otros, y personajes con la capacidad de ser suficientemente interesantes para tener una historia propia alejada de su protagonista, extendiendo el relato original de la obra.

Se puede observar que Doña Empera es una extensión del relato de su hijo Jhon Valverde, un tiktoker posicionado en la plataforma. Sin embargo, ella ha crecido de tal manera que ha llegado a ser independiente y funcionar de manera orgánica con contenido propio.

El análisis del contenido producido por Doña Empera ha revelado que la ganadería, la agricultura, la comedia y la gastronomía son las temáticas frecuentes que representan a la nueva ruralidad. Estas temáticas han encontrado un espacio en plataformas digitales, produciendo una cadena de interacciones con un público amplio y diverso. El estudio revela que estos temas son parte de una revalorización de la concepción que se tiene de la ruralidad; pues, si bien ya existe un conocimiento globalizado de las prácticas rurales, no se suelen considerar las formas en que se transmiten y desarrollan.

Doña Empera, como creadora de contenido independiente, utiliza TikTok como el medio por el cual compartir sus experiencias y perspectivas sobre la vida en la nueva ruralidad. A través de su contenido afronta los estereotipos al mostrar una realidad compleja detrás de sus temáticas. El desarrollo más amplio de estos temas es la gastronomía, pues si bien puede comprenderse en una serie de procesos que involucran a la ganadería y agricultura, estos últimos no son explorados con la misma frecuencia de manera individual cada una. En cambio, lo que la distingue de otros creadores es el énfasis en las recetas y procesos autóctonos mostrados en sus videos, mostrando la autenticidad y singularidad de la nueva ruralidad.

La comedia es un elemento presente en cada temática abordada por Doña Empera, es un recurso basado en su propio sentido del humor que utiliza tendencias populares reflejadas en la red social TikTok. Esto la hace poseedora de una originalidad interesante que resulta disfrutable por una gran cantidad de personas, causando simpatía con entorno rural. Así, el medio rural se convierte en el escenario ideal para desarrollar relatos nuevos y atrayentes para dicha red social.

TikTok es una red social amigable para la producción de contenido, destacando entre otras redes sociales en auge, ya que sus herramientas son simples y útiles para personas que no buscan crear productos audiovisuales de manera profesional. En cambio, su enfoque permite que cada usuario pueda expresar su mensaje de manera efectiva. Por esta razón, no es extraño que Doña Empera como otros creadores de contenido que son parte de su universo narrativo utilicen esta aplicación como su mayor herramienta de difusión. De hecho, para muchos de ellos, TikTok fue la plataforma que les abrió las puertas al mundo digital y la creación de contenido.

El smartphone es la tecnología clave que permite facilitar estos acercamientos entre la urbanidad y ruralidad. Sin su impacto a gran escala, no sería posible la producción y consumo de contenido de manera tan rápida. Este dispositivo tiene un potencial inmenso para crear oportunidades innovadoras para quienes las utilizan.

Se pudo observar cómo usuarios urbanos en varias ocasiones muestran interés por los conceptos y realidades diferentes a las que están acostumbrados en las redes sociales. Esto ha llevado a un cambio en el diálogo que existe entre los consumidores de distintas comunidades digitales.

Para desarrollar esta investigación, se abordó la pregunta de investigación: ¿Cómo se construye la nueva ruralidad desde la narrativa transmedia en la cuenta de TikTok de

Doña Empera? La respuesta es concisa: la nueva ruralidad, al ser un escenario parejo a la urbanidad, siempre estuvo en constante evolución y adaptación a la tecnología emergente. El uso del smartphone desempeña un papel clave en este proceso, ya que permite a los creadores de contenido rural producir y distribuir su contenido en múltiples plataformas desde su cotidianidad. Es así como se llegan a posicionar temáticas como la ganadería, la agricultura, la comedia y la gastronomía rural en las tendencias de la red social TikTok. Se construyen nuevos relatos que reflejan la vida rural contemporánea.

El objetivo general, que se refiere a identificar la nueva ruralidad a partir de la narrativa transmedia en la cuenta de TikTok de Doña Empera, se cumple con resultados alentadores. Pues esta investigación ha demostrado que la nueva ruralidad se configura en el espacio digital a través de sus narrativas y relatos extensibles en múltiples plataformas. Doña Empera en comparación con otros sujetos de estudio es y será un ejemplo de los universos narrativos nativos en las redes sociales.

Referencias

- Anáhuac, G. (20 de Febrero de 2019). *La influencia de la tecnología en nuestra vida cotidiana*. Obtenido de <https://www.anahuac.mx/generacion-anahuac/la-influencia-de-la-tecnologia-en-nuestra-vida-cotidiana>
- Andrade, L., Iriarte, M., Rivera, D., & Yunga, D. (2021). Young people and social networks: Between the democratization of knowledge and digital inequality. *Comunicar*, 82.
- Balderas, I. (2013). Investigación cualitativa características y recursos. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 1-12.
- Barbosa, J., & Bendini, M. (2001). Los trabajadores en la fruticultura. En N. Giarracca, *¿Una nueva ruralidad en América Latina?* (pág. 345). Buenos Aires: CLACSO.
- Calvo González, S. (2019). Cultura e identidades digitales: la socialización líquida y su influencia en la construcción del self. *Revista internacional de filosofía*, 241.
- Carton de Grammont, H. (2010). Nueva ruralidad ¿un concepto útil para repensar la relación campo-ciudad en América Latina?. *CIUDADES*, 2-6.
- de Fresno, M. (2011). *Netnografía*.
- del Fresno, M. (2011). *Etnografía*. UOC.
- Fundación Ideas. (2012). *Las Industrias Culturales y Creativas*. Fundación Ideas.
- García, F. (2017). Debate sobre la inclusión del cooperativismo dentro de las políticas de la Nueva Ruralidad en América Latina. *Panorama Económico*, 357-380.
- Gaudin, Y. (2019). Nuevas narrativas para una transformación rural en América Latina y el Caribe. *Nuevas narrativas para una transformación rural en América Latina y el Caribe. La nueva ruralidad: conceptos y medición*". Ciudad de México, México: CEPAL.
- Grajales, S., & Concheiro, L. (2009). Nueva ruralidad y desarrollo territorial Una

- perspectiva desde los sujetos sociales. *Veredas*.
- Hembuz, G. (2018). Aproximaciones teóricas de la nueva ruralidad, tensiones producidas entre el desarrollo y el posdesarrollo. *FACCEA*, 32.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2017). Alcance de la investigación. *Metodología de la Investigación*, 88-101.
- Hopenhayn, M. (2003). Conjeturas sobre cultura virtual: una perspectiva general y algunas consideraciones desde América Latina. En F. d. Económica.
- Kemp, S. (13 de Febrero de 2023). *KEPIOS*. Obtenido de DATAREPORTAL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-ecuador>
- Koppmann K, F. (16 de Julio de 2020). *elmostrador*. Obtenido de Visibilizar la diversidad... pero en serio: <https://www.elmostrador.cl/noticias/opinion/cartas/2020/07/16/visibilizar-la-diversidad-pero-en-serio/#:~:text=La%20diversidad%20requiere%20ser%20visibilizada,donde%20radica%20la%20verdadera%20visibilizaci%C3%B3n>.
- Mancera, M. (2018). Mancera, diputado (2018). Innovación y narrativa transmedia en el documental televisivo para la divulgación del patrimonio cultural: el caso de la serie Ingeniería Romana. *Revista de la asociación española de investigación de la comunicación*, 25 - 32.
- Martinez, C. (2015). Acción Colectiva Programable. Metodologías interactivas para imbrincar al arte en la construcción social. *Actas Segundo Congreso Internacional Arte Ciencia Ciudad ACC2015*, 153-161.
- Martínez, C. (2015). Acción Colectiva Programable. Metodologías interactivas para imbrincar al arte en la construcción social. *Actas Segundo Congreso Internacional Arte Ciencia Ciudad ACC2015*. Editorial Universitat Politècnica

- de València.
- Martínez, C. (2016). Estrategias del Arte Participativo: Entre la micro-política y el software social. *AusArt*.
- Martínez, E., & Sánchez, S. (2000). Mensajes, creatividad y valores para la socialización en un mundo tecnificado. *Comunicar*, 43-49.
- Medina, K. R. (6 de Septiembre de 2022). *Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-ecuador-2021-2022/>
- Montoya, J. (2018). De las narrativas lineales a las narrativas transmediáticas. *Quórum Académico*, 54.
- Pan, C., & Chi, R. (2020). Analysis and Research on Operation of Tik Tok Accounts of Chinese Airlines. *2nd International Conference on Civil Aviation Safety and Information Technology (ICCASIT)*, 936–939.
- Pinto, M., Zapata, M., & Gómez, L. (2022). Narrativa transmedia: una mirada al conflicto armado y la memoria social indígena desde los relatos expandidos. Casos: Colombia y Perú. *Contratexto*, 259-286.
- Querol, V., Aparici, A., & Ginés, X. (2021). Enfoque de la nueva ruralidad. En J. García, *Despoblación Rural Problemas y Soluciones* (pág. 39). Editorial Universitat Politècnica de València.
- Ramos, K. (2021). Narrativas transmedia, nuevas herramientas para el cine, la literatura y la comunicación. Casos de referencia en Latinoamérica y Ecuador. *INMÓVIL*, 100.
- Real Academia Española. (2023). *Real Academia Española: Diccionario de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/contenido/cita>
- Ricoy, C. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Educación*, 11-

22.

- Rodríguez, E., & Alejandre, J. (2023). Sociedades en red: usos de internet y transformaciones en las prácticas socioculturales a través del diario tapatío El Informador (1994-2000). *Comunicación*, 60.
- Rodríguez, J. (2003). Paradigmas, enfoques y métodos en la investigación educativa. *Investigación educativa*, 23-40.
- Ryan, M. L. (2014). La narración en distintos medios.
- Samper, M., González, H., & Martínez, M. (2023). *Ruralidad e interacciones rural-urbanas en regiones de planificación y territorios rurales: aportes para su caracterización a partir de una reconceptualización y remediación de lo rural en Costa Rica*. CEPAL.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedias*. Barcelona: DEUSTO.
- Scolari, C. A. (2014). *Anuario AC/E de cultura digital*. Acción cultural española.
- Vega, G., Ávila, J., Vega, A., Camacho, N., Becerril, A., & Leo, A. (2014). 523 Paradigmas en la investigación. Enfoque cuantitativo y cualitativo. *European Scientific Journal*, 526.
- Yu, H. (2020). Advertisement on Tik Tok as a Pioneer in New Advertising Era: Exploring Its Persuasive Elements in the Development of Positive Attitudes in Consumers. *The Frontiers of Society, Science and Technology*, 81-92.