

Experiencia transmedia de recuperación de la memoria colectiva alrededor de la *Fiesta Provincial del Ternero Entrerriano*

Conrado Arévalo ⁽¹⁾, Florencia Luraschi ⁽²⁾ y
Santiago Videla ⁽³⁾

Resumen: El presente trabajo se propone dar cuenta del desarrollo del diseño de una experiencia interactiva, digital y transmedial, que permita a los usuarios explorar y reconstruir colectivamente la memoria viva de la Fiesta Provincial del Ternero Entrerriano. Se trata de un proyecto que nace a pedido de la Municipalidad de San José de Feliciano (Entre Ríos) y que fue desarrollado en el marco de la Maestría en Comunicación Digital Interactiva de la Universidad Nacional de Rosario (UNR).

Palabras clave: Narrativas expandidas - Memoria colectiva - Fiestas populares - Mediación - Entre Ríos

[Resúmenes en inglés y en portugués en las páginas 107-108]

⁽¹⁾ ⁽²⁾ ⁽³⁾ Ver CVs de Conrado Arévalo, Florencia Luraschi y Santiago Videla en la p. 108

Introducción

Este trabajo se propone describir el modo en el que se gestó la experiencia de recorrido transmedia de la Fiesta Provincial del Ternero Entrerriano. Un desarrollo que surge de responder a una demanda de una localidad del norte de la provincia de Entre Ríos, de mantener el encanto de las tradiciones orales ante el envejecimiento de la población y al mismo tiempo acercar el evento a los verosímiles y realidades de nuestra época.

Las fiestas tradicionales en los pueblos son muy importantes y convocan a todos los habitantes de la localidad y alrededores. Cazón (1992) respecto del carnaval y las fiestas populares en Argentina desde principios de siglo XIX describe no solo la importancia de los eventos en sí, sino, además la importancia de todas las actividades laterales como los juegos y lo gastronómico. Les adjudica un peso importante en la construcción afectiva e identitaria. Para Zaffaroni (2011) es incluso un espacio de construcción de memorias alternativas. En el caso del carnaval salteño “se erige entonces en un ejercicio de la memoria para los jóvenes, memoria que deconstruye la historia oficial y decoloniza el pensamiento” (p. 12).

Para Ramírez (2015) “la identidad cultural le es inherente la comprensión consciente de la memoria histórica, bien puede considerarse la posibilidad de rescatar lo más auténtico de las tradiciones a partir del conocimiento y defensa del legado cultural” (p. 4).

La fiesta que nos ocupa no es la excepción. Allí nacieron amores, costumbres, amistades, esperanzas. Se trata de recuerdos que están en la memoria de los más de quince mil habitantes pero que se van diluyendo con el paso del tiempo, más aún cuando el reloj biológico se hace sentir y empiezan a fallecer los primeros testigos de los inicios. Así, algo del sentido del evento se va perdiendo.

Hace 51 años una familia cualquiera recorrería las manzanas dedicadas a la fiesta conversando entre sí, separándose para encontrarse con sus vecinos y volviendo a reunirse para regresar al hogar. Hoy, la dinámica se repite, pero con la posibilidad de estar acompañados por muchas personas que tal vez ni siquiera estén de manera física en el pueblo. Están a través de los teléfonos, *selfies*, audios, *posteos*, *megusteos*.

En este contexto, Fernández (2018) describe que actualmente *vivimos en plataformas*. Es decir que buena parte de nuestras prácticas sociales se resuelven en dispositivos técnicos que ofrecen *contextos* de interacción mediatizados entre humanos o entre máquinas y humanos. Es lo que Hepp (2022) denomina etapa de mediatización profunda a la que define como “una etapa avanzada de la mediatización en la que todos los elementos de nuestro mundo social están intrincadamente relacionados con los medios y sus infraestructuras” (p. 40).

Para muchos, la experiencia de la fiesta empieza a resignificarse. “Una experiencia transmedia no surge de la nada. Su aparición es parte de un conjunto de condiciones y circunstancias que hicieron que pensáramos en esta estrategia para un proyecto de comunicación” (Ardini et al., 2018, p. 10). En ese sentido, se buscó, a través de un sitio web que concentre información y contenidos audiovisuales, vincular el espacio urbano y digital, con audioguías y códigos QR. No se trata de saturar con *gestos digitales* un evento tradicional, sino de incorporar alternativas que vinculen a los locales con su historia y a los visitantes con la fiesta y sus tradiciones.

Si bien el proyecto fue pensado para funcionar en 2025, el contexto del país obligó a posponerlo para 2026. Buena parte del material audiovisual está recolectado, queda por finalizar la implementación del sitio web y los códigos QR en la ciudad y el predio.

La fiesta

La provincia de Entre Ríos se caracteriza por una identidad económica y cultural profundamente vinculada a sus recursos naturales, el trabajo agropecuario y una historia marcada por la diversidad migratoria y el asociativismo. A lo largo de los siglos XIX y XX, consolidó una estructura productiva basada en la agricultura, la ganadería y la agroindustria, complementada en las últimas décadas por el auge del turismo y por políticas de integración regional orientadas al desarrollo sostenible. Esta identidad, nutrida en el amor por la tierra y la voluntad de mantener viva la memoria de los pioneros, se expresa en prácticas comunitarias, valores de cooperación y pertenencia, y en el esfuerzo por

preservar el patrimonio local en diálogo con las demandas contemporáneas (Gianello, 1951). San José de Feliciano es una localidad del norte de la provincia que se define por el vínculo con las actividades agropecuarias. Es una región que ha experimentado históricamente influencias migratorias y que, desde hace un tiempo, se enfoca en proyectos orientados a la diversificación productiva y a la internacionalización (Plan Estratégico Territorial San José de Feliciano, 2023).

La fiesta que nos ocupa se inscribe en ese vínculo con la vida rural y se trata de un acontecimiento emblemático de la localidad de San José de Feliciano que es concebido como un símbolo en la provincia de Entre Ríos (sus 51 años de vida dan cuenta de ello). Combina tradiciones con identidad y cultura. El evento cuenta con un escenario principal donde se presentan artistas locales, provinciales y nacionales, acompañado por otras acciones culturales, como jineteada y desfile de agrupaciones tradicionalistas, puestos de gastronomía y artesanías. Desde su origen, hasta el año 2024, se realizó en la Plaza Independencia –ubicada en el centro de la localidad (Figura 1)– y, posteriormente, se trasladó a un predio en los márgenes urbanos.

A pesar de su importancia, no tiene una vida digital que la acompañe de manera ordenada. Posee una cuenta de Instagram que funciona en modo broadcasting y algunas gacetas de prensa. También posteos aislados de algunos de sus participantes. En suma, carece de una propuesta narrativa que articule espacios on y off line (Figura 2).



Figura 1. Imágenes de la Fiesta Provincial del Ternero Entrerriano en la Plaza Independencia, San José de Feliciano (Entre Ríos, Argentina). Fuente: Municipalidad de San José de Feliciano (2024).

Si bien es un evento reconocido por ley provincial debido a su influencia en el turismo, sus aspiraciones se ven condicionadas por la infraestructura del pueblo. La cantidad disponible de camas de hotelería no permite escalar más allá de aquellos habitantes de otras localidades cercanas que logran retornar a su hogar al finalizar la velada. De este modo, la experiencia queda limitada al espacio físico y a la promoción tradicional. Hacer crecer la fiesta implica también hacerla asequible a las limitaciones físicas y los desplazamientos entre ciudades. Se trata entonces de construir una experiencia interactiva que invite a recorrer el propio pueblo desde un lugar distinto y a vincularse con los porqués de las cosas que allí suceden. La propuesta busca expandir el festival más allá del predio y recuperar el pasado de la fiesta en el casco urbano, transformando el espacio cotidiano en un territorio de memoria compartida. En este sentido, Arduini Amaya (2018) señala que las experiencias de comunicación de base territorial y participativa favorecen el desarrollo de una voz crítica y propia de las comunidades, promoviendo la pluralidad de perspectivas y el pensamiento reflexivo frente a los discursos hegemónicos. Esta concepción resulta afín al espíritu del proyecto aquí presentado, que, también apuesta por la horizontalidad, la participación y la apropiación colectiva de las tecnologías como herramientas de mediación cultural.

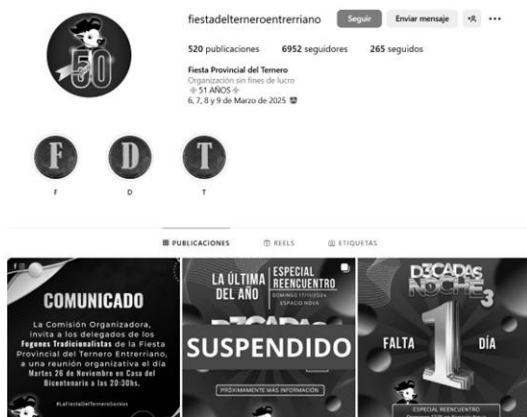


Figura 2. Captura de pantalla de la cuenta de Instagram @fiestadelterneroentrerriano.

Fuente: @fiestadelterneroentrerriano (Instagram, 2024)

La intervención en plataformas

Aun cuando en la presentación del proyecto original se respetó un formato de biblia transmedia, aquí elegimos contar la experiencia, que, si bien se ha demorado en su implementación por diversas cuestiones político-económicas, pequeñas pruebas piloto nos permiten compartir avances.

Una de las características principales de nuestra época es que se la describe a través del uso de plataformas. Nos informamos, buscamos pareja, trabajamos, nos alimentamos, nos entretenemos a través de alguna aplicación (Fernández, 2018). Se trata de lo que

Carlón (2022) describe como *hipermediatización* en las que la circulación del sentido salta entre diferentes tipos de pantallas de medios tradicionales y de nuevas aplicaciones. Estamos hablando de una forma de interacción que bien pudiera describirse como ligada, en buena parte, al uso protésico de interfaces derivadas de los teléfonos inteligentes. Particularmente en el sentido en el que McLuhan y McLuhan (1990) refieren a que *los artefactos del hombre son extensiones del cuerpo humano o de la mente*, y estos, al no ser innatos, no pueden ser controlados como lo son las garras en un animal predador, que tiene inhibiciones biológicas para su uso. Nada impide hacer uso desmedido al punto de atentar contra la propia vida de la especie. Este hecho es central y debe funcionar como una alerta que merece, al menos, una reflexión. Particularmente si pensamos en quienes ya nacieron rodeados de dispositivos digitales, aquellos que lo viven de manera más natural: los jóvenes. En este contexto, se propuso diseñar una experiencia interactiva que permita a los usuarios explorar y reconstruir colectivamente la memoria viva de la Fiesta Provincial del Ternero al mismo tiempo que construyen memorias para el futuro. La iniciativa busca fortalecer el sentido de pertenencia local y ofrecer nuevas formas de participación comunitaria a través de lo digital.

El corazón de la propuesta es un sitio web que aloja información hotelera, gastronómica y videos de las fiestas anteriores, además de cápsulas de anécdotas en video contadas por las personas de mayor edad del pueblo: quiénes se conocieron, cómo lo hicieron, los mitos más recordados (esto supone un trabajo previo de filmación en los hogares y calles de estas pastillas de recuerdos). De este modo, el entorno digital se convierte en un archivo vivo y accesible para todos los habitantes.

En este proyecto los visitantes externos disponen de diversos recursos de orientación y acompañamiento: mapas interactivos, audioguías descargables y contactos directos con asistentes de la organización que facilitan la planificación y el disfrute autónomo de la experiencia. Estos materiales no solo orientan el recorrido, sino que buscan favorecer una lectura interpretativa y emocional del territorio donde cada punto visitado se convierte en una puerta de entrada a historias, voces y memorias locales.

A su vez, para los habitantes locales, el espacio ofrece la posibilidad de compartir comentarios, fotografías y recuerdos a modo de diario de visitas o bitácora comunitaria. Esta función tiene como propósito estimular la apropiación colectiva del patrimonio cultural y promover el intercambio intergeneracional, en tanto los relatos de las personas mayores pueden encontrarse y dialogar con las miradas más recientes de los jóvenes.

Las audioguías constituyen uno de los núcleos de la propuesta. Su estructura narrativa combina tres niveles de información: por un lado, datos geográficos y de localización del punto visitado; por otro, una síntesis histórica y cultural que explica su relevancia dentro del tejido urbano; y finalmente, una anécdota o relato en primera persona contada por un habitante mayor del pueblo, que aporta la textura afectiva de la memoria oral. La selección de los puntos y las historias fue el resultado de procesos de consenso entre los organizadores, orientados a garantizar la diversidad de voces, generaciones y barrios representados, de modo que la experiencia refleje la pluralidad del entramado comunitario.

En cuanto al diseño técnico, la interfaz inicial se concibió con una lógica de máxima simplicidad y ligereza, atendiendo a las condiciones reales de uso. Si bien la conectividad general de la ciudad es buena, la concentración simultánea de usuarios en un mismo punto

geográfico podría generar interrupciones temporales. Por ello, se priorizó una arquitectura de navegación optimizada que permite descargar o compartir los contenidos en el menor tiempo posible, reduciendo la dependencia de la conexión y garantizando una accesibilidad amplia.

En términos conceptuales, el proyecto se plantea como una experiencia educativo-interactiva, sustentada en el cruce entre narrativas digitales y relatos locales.

La propuesta reconoce la potencialidad de las tecnologías de bajo costo como mediadoras culturales capaces de expandir el acceso, sin sustituir la dimensión humana y relacional de la experiencia. Teniendo en cuenta el limitado presupuesto del municipio y de la comisión organizadora del evento, se decidió no incorporar pantallas interactivas –cuyo costo excede ampliamente las posibilidades económicas disponibles– y apostar, en su lugar, por un ecosistema digital accesible y sostenible. Esta combina una página web ligera, códigos QR ubicados en puntos fijos de la ciudad, y la producción de audioguías, videos y materiales gráficos complementarios que refuerzan la identidad visual y simbólica del proyecto, al tiempo que amplían su alcance más allá de los días del evento.

Los destinatarios. Entre la experiencia individual y la experiencia colectiva en el espacio

Las *narrativas transmedia*, entendidas como formas de relato que se expanden a través de múltiples plataformas y lenguajes, donde cada medio aporta una contribución específica al universo narrativo (Jenkins, 2008; Scolari, 2013), habilitan modos de participación que combinan lo personal y lo compartido. En este proyecto, la narrativa transmedia se materializa en la articulación entre el sitio web, las audioguías y las intervenciones en el espacio urbano, que invitan a los participantes a reconstruir colectivamente la memoria de la fiesta; de este modo, no se trata solo de un entorno multiplataforma, sino de un relato expandido y participativo que integra distintas experiencias de sentido.

En el abordaje de narrativas transmedia es frecuente la construcción de un perfil de usuario típico que se asume como universal: un sujeto que consume ordenadamente relatos y vive una vida digital. Sin embargo, muchas veces este perfil no surge de evidencias empíricas sólidas, sino de supuestos compartidos en el campo o de la proyección de experiencias personales de quienes investigan. Para evitar dichos sesgos se trabajó articulando tres modalidades de comprensión de los destinatarios.

La primera se basó en la recolección existente de datos duros (*Figura 3*):

- San José de Feliciano es una localidad con una superficie de 3.143 km² y una población de 16.597 personas: 8.427 mujeres, 8.081 varones y 1 persona que no se identifica con estas categorías. De ese total, 10.282 personas residen en el casco urbano.
- La tasa de analfabetismo es del 7,4 %, y la edad mediana de la población es de 29 años (30 años entre las mujeres y 28 años entre los hombres). El 9,4 % de la población tiene más de 65 años (frente al 7,3 % en 2010), y el 1,8 % supera los 80 años (frente al 1,5 % en 2010). Con estos datos, se observa que más del 70 % de la población se encuentra en una franja etaria con alta predisposición al uso de tecnologías.

- En cuanto a la procedencia, 1.411 habitantes nacieron fuera de la provincia, y 102 fuera del país.
- El área de influencia del evento se extiende a 90 kilómetros a la redonda, un dato clave considerando las limitaciones de hospedaje en el pueblo, y que impulsa la decisión de ofrecer una experiencia que no implique pernoctar en la localidad.
- En ese radio se encuentran localidades como Federal (29.000 habitantes), Chajará (46.000 habitantes) y Conquistadores (4.300 habitantes), lo que configura un público potencial de casi 35.000 personas.
- Si se estima un gasto promedio de \$10.000 por visitante, el impacto económico para la localidad podría rondar los 350 millones de pesos.



Figura 3. Población de la ciudad. Fuente: Elaboración propia.

La segunda manera de construir los destinatarios del evento consistió en desplegar una observación no participante y efectuar una descripción detallada de lo que hacen las personas en la fiesta. Esta instancia permitió registrar gestos, recorridos y modos de habitar el espacio, reconociendo prácticas culturales, afectivas y de sociabilidad que exceden el uso de dispositivos digitales.

Por último, se realizaron entrevistas en profundidad a referentes locales de diferentes edades, con el fin de recabar datos de aspectos etnográficos. Allí aprendimos que se trata de jóvenes que usan habitualmente aplicaciones, pero que están limitados en el espacio público por el costo de los datos de la red celular. Conocen las tecnologías, usan algunas, predominantemente las de mensajería e Instagram, pero no son sujetos del mito de la hiperconexión. Tienen vidas muy ricas on y off-line. Se relacionan con sus amigos, sus mayores y el entorno con y sin el celular. Su forma de apropiarse de lo digital combina la inmediatez de las redes con la valoración de los encuentros cara a cara, donde lo comunitario sigue siendo central.

Durante el proceso de investigación resultó muy interesante relevar el valor simbólico de la propuesta. Esto se aprecia, por ejemplo, en que para la mayoría de los entrevistados y vecinos es poco probable que se piensen a sí mismos escaneando un código QR en la

ciudad. Sin embargo, que la ciudad los tenga en el espacio público los llena de orgullo y les haría sentir que viven en un lugar más moderno. Los mayores, también habituados al celular, se ven más atraídos que los jóvenes a usarlo en público para escanear un código QR. Estos últimos valoran la idea de una audioguía, pero preferirían descargarla de la web antes de recorrer el espacio. El costo de los datos de red y las posibles dificultades técnicas los hacen que tomen previsiones.

Del mismo modo, los entrevistados señalaron que la posibilidad de recorrer el pueblo mediante una audioguía les resultaba especialmente atractiva, al compararla con la experiencia de visitar un museo.

Si bien en las entrevistas relevamos que existe costumbre de uso de códigos QR y de acceso a redes sociales en casi todas las edades, se decidió, desde el cliente, focalizar la experiencia en jóvenes de entre 13 y 25 años, residentes en San José de Feliciano y localidades vecinas. Esta selección se basó, primero, en su alto acceso a teléfonos celulares y redes sociales, y afinidad con entornos digitales; y, segundo, en su bajo conocimiento profundo de las tradiciones que estructuran la fiesta. Además, en las entrevistas detectamos que enfocar el proceso en los jóvenes genera necesariamente consecuencias en los mayores de hasta 50 años. Ellos están igual de predispuestos a interactuar, pero, aún sin hacerlo, percibirían con agrado un efecto de *modernización* de la fiesta, sin que se vea afectada su tradición y valor simbólico.

Uno de los objetivos centrales es expandir el alcance de la feria más allá del predio tradicional, para integrarla, nuevamente, con las tradiciones y la historia del centro de la ciudad. Esto responde a un proceso histórico: originalmente, el evento se desarrollaba en la plaza central del pueblo, pero su desplazamiento hacia un predio en las afueras provocó que el centro quedará fuera de la circulación espacial, y, por ende, alejado de las costumbres y tradiciones locales.

El camino de las emociones

Para cualquier proyecto comunicacional la integración de dimensiones emocionales resulta fundamental tanto para la construcción de experiencias significativas como para la consolidación de la participación de las audiencias. Diversos estudios señalan que los relatos transmedia logran movilizar emociones profundas al permitir la inmersión de los públicos en universos narrativos que se despliegan en múltiples plataformas y lenguajes, favoreciendo procesos de identificación, empatía y memoria colectiva (Cardona-Gordillo y Arias-Iguad, 2021). El compromiso emocional no solo incrementa la capacidad de retención y evocación de contenidos por parte de los participantes, sino que potencia la creación de comunidades activas, capaces de aportar y transformar el relato desde sus propias vivencias y significaciones.

El diseño emocional y el enfoque centrado en el usuario aparecen como estrategias esenciales para el desarrollo de narrativas que promuevan la empatía, la inclusión y la resignificación de experiencias colectivas, especialmente en proyectos que abordan temáticas culturales y sociales de alto impacto (Von Stackelberg, 2018).

Para definir el proyecto se hicieron, además de las entrevistas a jóvenes, numerosas reuniones presenciales y virtuales de escucha atenta con miembros de la comunidad. Eso nos permitió recuperar palabras clave de sentimientos asociados al evento, tales como:

- *Orgullo cultural*. San José de Feliciano se autodenomina *rincón de tradiciones* reflejando una fuerte identidad cultural. Sus habitantes mayores sienten un profundo arraigo por sus costumbres, celebraciones y gastronomía. Los jóvenes, si bien con menor nivel de participación directa, también forman parte de ese sentir. La propuesta busca que los visitantes de pueblos vecinos experimenten ese orgullo durante su recorrido por el festival, y que a su vez se promueva la revalorización de la arquitectura urbana como portadora de memorias del pasado.

En la prueba piloto con jóvenes que recorrieron el pueblo utilizando las audioguías, se registraron expresiones que reflejan la apropiación emocional de la propuesta. Una de las participantes señaló:

¡Ay, es una alegría enorme! Ahora los visitantes pueden escuchar las voces de nuestros abuelos contando historias del pueblo, como si caminaras con ellos. Es como guardar su alma en cada rincón, para que nunca se pierda lo que somos ni lo que vivimos. (Participante femenina, 22 años).

Otro de los testimonios evidenció la revalorización del entorno cotidiano:

Mirá vos, yo que nací acá y nunca me había dado cuenta en las casas, las molduras, las rejas viejas. Con las audioguías descubrí que cada esquina tiene su historia. Es como ver mi pueblo con ojos nuevos, y me da un orgullo que ni sabía que tenía. (Participante masculino, 18 años).

- *Curiosidad e interés por aprender más sobre las tradiciones*. La instalación de códigos QR en distintos puntos del pueblo permite que cada rincón se convierta en una oportunidad para descubrir algo nuevo. Las audioguías transforman el espacio en un museo a cielo abierto, mientras que el sitio web funciona como una base colectiva para reconstruir y preservar la memoria local.

En relación con la evaluación de la plataforma, otra participante destacó:

Me encantó que la web sea sencilla, sin tantas vueltas. En el celu carga rápido y no me come todos los datos, así puedo escuchar las historias cuando quiero, hasta en la plaza. Es como tener el pueblo en el bolsillo, sin que se me acabe el crédito. (Participante femenina, 18 años).

- *Diversión y entretenimiento*. Pese a ser una ciudad pequeña, durante el festival y en su casco urbano se ofrecen múltiples actividades recreativas para todas las edades. Las plazas y eventos culturales generan un ambiente particular, donde la música y la danza forman parte del paisaje cotidiano. La oferta gastronómica en cada puesto brinda experiencias únicas para quienes buscan disfrutar del evento. En la recorrida de prueba se destacó que:

Aunque somos una ciudad chica, en el festival parece que todo se agranda. Las plazas llenas de música, la gente bailando y los puestos con comidas riquísimas, es imposible no disfrutar. Me encanta que haya algo para todos, desde los más chicos hasta los abuelos. Se vive una energía única. (Participante masculino, 16 años).

De manera complementaria, se registró otro testimonio que valoró la vitalidad que adquiere el pueblo durante el evento:

Es increíble cómo cambia el pueblo en estos días. Caminás por la plaza antes, y el predio ahora, y hay música en cada esquina, gente riéndose, bailando. Los puestos de comida son una tentación tras otra. Me hace sentir orgullosa ver tanta vida y alegría acá, como si el corazón del pueblo latiera más fuerte. (Participante femenina, 22 años).

- *Relajación y tranquilidad*. El entorno natural del campo, visible desde cualquier punto de la ciudad o el predio, invita a la distensión. A diferencia de otros contextos urbanos, aquí la inseguridad no es un problema, lo cual se convierte en un valor diferencial a la hora de elegir participar del evento. Sobre esto destacó:

Lo más lindo es que, donde mires, ves el campo abierto. Es como respirar más hondo. Y saber que acá podés caminar tranquilo, sin miedo, no tiene precio. Te relajás, disfrutás del festival y hasta te olvidás del tiempo. Es un lujo que no todos los lugares tienen. (Participante masculino, 18 años).

Comportamiento esperado

La evaluación de las expectativas de comportamiento de los visitantes a una feria popular requiere una aproximación que atienda a múltiples dimensiones. Se debe atender tanto a las motivaciones previas de los asistentes como las prácticas y patrones de consumo observados durante el evento. Por un lado, se evaluarán las métricas de redes sociales y, por el otro, los comentarios en las páginas junto a entrevistas en profundidad posteriores. Este enfoque permite captar la diversidad de expectativas –desde el interés por la oferta cultural y gastronómica hasta la búsqueda de experiencias colectivas y de interacción social– y su relación con factores sociodemográficos como edad, antecedentes culturales y pertenencia territorial.

Las ferias populares constituyen espacios complejos en los que la experiencia del visitante está permeada tanto por estímulos materiales (productos, servicios, escenarios) como por significados simbólicos vinculados a la identidad y tradición local (Arias, 2022). Las expectativas se evalúan, entonces, no solo midiendo la satisfacción general, sino también observando la participación en actividades clave, la interacción con expositores/locales, el tiempo de permanencia y el uso de canales digitales para compartir la experiencia.

Así se determinó una expectativa de 10.000 visitas al sitio web con una duración mínima de dos minutos cada una. Se esperan al menos 2000 accesos desde los diferentes QR ubicados en la ciudad. Eso permite esperar al menos 1500 descargas de las audioguías.

Respecto de las transmisiones podemos pensar en 5000 reproducciones basadas en que hay al menos 20.000 familiares en los pueblos de los alrededores con intenciones de participar, pero que por diversas razones no siempre lo logran.

Finalmente se buscará que al menos 10 participantes acepten responder una encuesta de satisfacción que permita evaluar:

- ¿De 1 a 5 cuánto disfrutaste la fiesta?
- ¿De 1 a 5 cuánto te gustó que haya QR con audioguías?
- ¿De 1 a 5 cuánto te gustó la organización general?
- ¿De 1 a 5 cuánto participaste a través de las redes?
- ¿De 1 a 5 cómo valoras la web del evento?

No es menor que la fiesta se vive entre los habitantes, aún entre los menos involucrados, desde al menos un mes antes hasta un mes después. Por eso se espera una participación activa en dinámicas digitales previas, durante y posteriores al evento. Esto incluye la interacción con códigos QR (ver Figura 4 y Figura 5) colocados en puntos estratégicos, que dirigen a audioguías informativas y relatos de pobladores mayores. A los locales, se los insta a participar, incluso desde las escuelas, y a descargarse los contenidos para no saturar la red de datos. En la prueba piloto aparecieron emociones durante el recorrido:

Nunca pensé que un código en una pared me iba a emocionar. Escuchar a la gente grande contando anécdotas es como viajar en el tiempo. Y que te enseñen a bajarlos para no gastar internet es un golazo. Así todos podemos disfrutar sin quedarnos sin datos. (Participante femenina, 22 años).

Asimismo, se busca que los asistentes compartan sus experiencias personales relacionadas con la fiesta en redes sociales, generando contenido espontáneo que amplifique el impacto del evento. Por último, se promueve que el público navegue plataformas interactivas que expandan la narrativa de la fiesta más allá de la presencialidad, estableciendo nuevas formas de vinculación cultural (Figura 6).



Figura 4. Los QR en la entrada al predio, la plaza central y el edificio municipal. Fuente: Elaboración propia



Figura 5. La distribución de las audioguías. Fuente: Elaboración propia

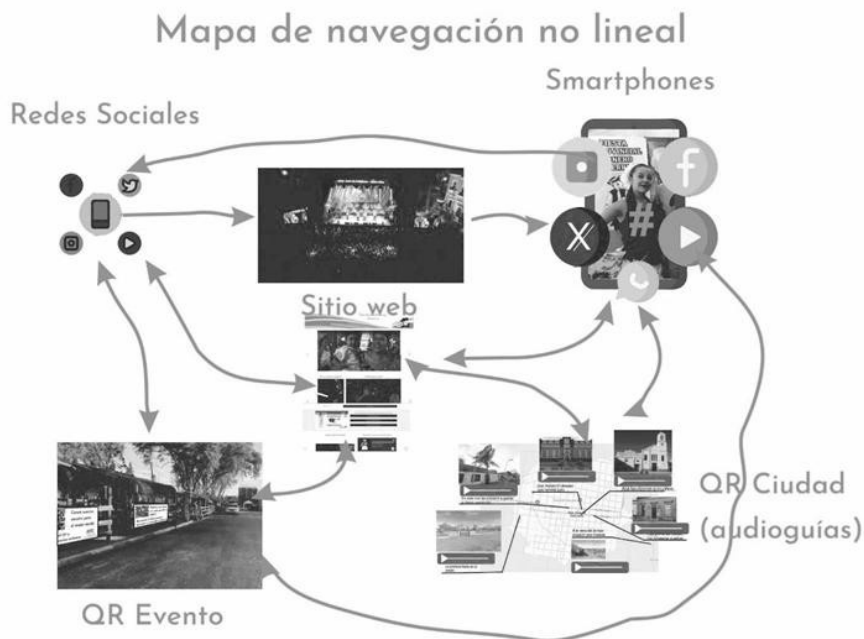


Figura 6. Mapa de la navegación general de la experiencia. Fuente: Elaboración propia

Viaje de usuario

La propuesta contempla una navegación no lineal y multiformato, en la que los usuarios puedan ingresar desde distintos puntos de contacto –tanto digitales como físicos– y construir una experiencia personalizada y significativa. Este diseño busca superar la lógica tradicional de los recorridos preestablecidos, proponiendo un modelo de interacción abierto y flexible, en el cual la apropiación del itinerario y de los contenidos esté mediada por los intereses, disponibilidades y contextos socioculturales de cada usuario. En esta línea, se fomenta un vínculo más activo, exploratorio y reflexivo con el patrimonio cultural local, entendido no como un conjunto estático de bienes, sino como un espacio de producción simbólica compartida (Jenkins, 2008). De este modo, la experiencia se concibe como una instancia de diálogo entre memorias, relatos y prácticas comunitarias, favoreciendo procesos de resignificación colectiva.

Previo al evento, se proyecta el desarrollo de campañas transmedia en redes sociales, articuladas mediante hashtags oficiales, trivias interactivas y desafíos lúdicos vinculados a la memoria colectiva del pueblo. Estas acciones comunicacionales apuntan a favorecer la participación y la curiosidad de la población, al tiempo que buscan estimular fibras propias del círculo emocional: activar recuerdos bajo la forma de relatos y materiales visuales que fortalezcan el sentido de pertenencia.

La circulación digital de estos contenidos no solo amplía el alcance del evento, sino que también promueve una coautoría comunitaria del relato festivo, donde cada participante puede contribuir con su propio fragmento de memoria o perspectiva.

Durante los días de la celebración –y también en jornadas anteriores y posteriores– se dispondrán códigos QR en puntos estratégicos del casco urbano y del nuevo predio festivo. Al ser escaneados, estos dispositivos actúan como puentes entre lo físico y lo digital, ofreciendo acceso a materiales que buscan preservar la esencia del evento: relatos en audio, fragmentos documentales, entrevistas a referentes locales y reconstrucciones sonoras de las celebraciones pasadas.

Para garantizar la accesibilidad incluso en contextos de conectividad limitada, se desarrollaron audioguías descargables narradas por voces locales, que recuperan historias, anécdotas y tradiciones asociadas a los distintos espacios que conforman el recorrido. Esta estrategia permite que los usuarios disfruten del contenido sin depender de una conexión permanente, y además refuerza el sentido de identidad al incorporar el tono, el acento y las cadencias propias de la comunidad.

Asimismo, las principales actividades del evento serán transmitidas vía streaming en plataformas abiertas, posibilitando que personas de localidades cercanas o incluso de otras provincias puedan participar de manera remota. Esta instancia contribuye tanto a la expansión territorial y simbólica de la fiesta como a la conformación de una comunidad digital que sostiene y actualiza su identidad cultural en red.

Finalmente, el relevamiento de datos sociodemográficos locales indica que más del 70 % de la población pertenece a una franja etaria con alta predisposición al uso de tecnologías digitales, lo que constituye un escenario propicio para la implementación de estas estrategias de mediación participativa y de difusión patrimonial.

El equipo y los roles en el desarrollo del proyecto

El diseño de la experiencia transmedia requirió la conformación de un equipo interdisciplinario que integró saberes provenientes de la comunicación, el diseño, la programación, la investigación social y la gestión cultural. La naturaleza transmedia del proyecto demandó una articulación permanente entre distintas áreas del conocimiento, en la que la planificación conceptual, la mediación tecnológica y la participación comunitaria se alimentaron mutuamente.

El trabajo en territorio estuvo a cargo de Conrado Arévalo, residente en San José de Feliciano, cuya cercanía con la comunidad local resultó fundamental para la organización de las actividades, el contacto con los referentes culturales y la coordinación logística durante las etapas de prueba. Su rol no se limitó a la gestión operativa: también funcionó como mediador entre los saberes técnicos y los saberes locales, permitiendo traducir las expectativas comunitarias en decisiones concretas de diseño y narrativa. Este anclaje territorial garantizó que la propuesta no perdiera su sentido de pertenencia y que las prácticas comunicacionales respetaran las temporalidades, modos de interacción y sensibilidades del contexto.

Santiago Videla y Florencia Luraschi participaron conjuntamente en la elaboración conceptual del proyecto y en el diseño de la estrategia comunicacional. Desde sus experiencias académicas y profesionales, definieron la estructura del recorrido interactivo, la lógica narrativa del sitio web y la organización de las audioguías. Su trabajo se centró en desarrollar una experiencia participativa que conjugara el lenguaje documental con la accesibilidad tecnológica, priorizando la coherencia entre las dimensiones estética, narrativa y funcional. A su vez, coordinaron el trabajo de campo que incluyó encuestas, entrevistas y observaciones directas con pobladores locales, con el propósito de relevar percepciones, recuperar memorias colectivas y evaluar la apropiación de la experiencia por parte de distintos grupos etarios. Este enfoque etnográfico permitió que la voz de los habitantes se integra orgánicamente en la construcción de los relatos y no quedará relegada al rol de “objeto de estudio”, sino que se reconociera su papel como coautores del proceso comunicacional.

La dimensión visual del proyecto fue asumida por un diseñador gráfico, quien se encargó de la identidad visual y del desarrollo de la interfaz del sitio web, garantizando coherencia estética entre las distintas plataformas y facilitando la navegación intuitiva. La dimensión tecnológica estuvo a cargo de un programador web, responsable de la estructura técnica del sitio y de la implementación de los códigos QR correspondientes al recorrido en su versión piloto, que permitieron realizar las pruebas iniciales de navegación y acceso a contenidos antes del despliegue definitivo en el espacio urbano. Ambas tareas se realizaron atendiendo a las condiciones de conectividad locales y a la necesidad de crear una plataforma liviana, de rápida carga y fácil mantenimiento.

Paralelamente, el equipo de comunicación institucional del municipio colaboró en la recopilación de archivos y fotografías históricas. Su participación fue clave para vincular el proyecto con las políticas culturales del municipio y garantizar la sostenibilidad de las acciones una vez concluida la etapa inicial.

En el ámbito sonoro, se contó con la participación de un sonidista y una locutora, quienes produjeron las audioguías que combinan testimonios, paisajes sonoros y fragmentos

musicales propios de la localidad. El cuidado en la selección de las voces y en la ambientación auditiva contribuyó a reforzar la inmersión emocional de los usuarios, favoreciendo una experiencia sensible que excede la información descriptiva.

El proceso completo se desarrolló bajo una lógica colaborativa, en la que cada integrante aportó su perspectiva disciplinar, pero también asumió la escucha activa y el diálogo como prácticas centrales. Las decisiones se tomaron en conjunto, considerando tanto los objetivos comunicacionales como las particularidades del territorio y de su comunidad.

De este modo, el proyecto se consolidó como una práctica de co-creación transmedia, donde la interdisciplinariedad no fue sólo un criterio organizativo sino una metodología de trabajo. La combinación de investigación empírica, planificación comunicacional y gestión territorial permitió construir una narrativa situada, sensible a los contextos y capaz de integrar la memoria viva del pueblo con las posibilidades expresivas de los entornos digitales. En esa convergencia de voces, saberes y tecnologías reside el carácter distintivo de esta experiencia: una forma de narrar que une lo local y lo digital, lo cotidiano y lo simbólico, la emoción y el conocimiento.

Conclusiones

Trabajar en esta experiencia alrededor de la Fiesta Provincial del Ternero Entrerriano es mucho más que digitalizar una tradición: es darle otra vida. Una vida que no reemplace lo auténtico, sino que lo potencie y lo haga circular por nuevos canales de sentido. En definitiva, no se trata solo de agregar tecnología, sino de recuperar lo propio, lo emocional, aquello que se siente cuando los vecinos recorren su pueblo, escanean un código QR en la plaza o escuchan una historia que, quizás, les cuenta alguien que conocen desde siempre. Esa experiencia, aparentemente simple, condensa el verdadero espíritu de este proyecto: el encuentro entre memoria, emoción y tecnología en un mismo gesto comunicacional.

En un mundo donde todo parece acelerarse demasiado rápido, los recuerdos corren el riesgo de diluirse. Las transformaciones en los modos de comunicación y en la circulación de los relatos hacen que muchas memorias queden atrapadas en lo analógico, lejos de los espacios donde hoy los jóvenes se informan, dialogan o comparten. Por eso, este proyecto cobra mayor sentido: no sólo busca preservar las voces y los relatos de quienes vivieron las primeras ediciones de la fiesta, sino también proponer nuevas mediaciones para que esas memorias encuentren continuidad y resignificación. En ese gesto, lo digital se transforma en un puente intergeneracional que une pasado, presente y futuro.

Una tradición sólo está viva si pasa de generación en generación. Lo digital, entendido como espacio simbólico y no como simple soporte, permite justamente eso: hacer que los relatos orales y los vínculos comunitarios encuentren nuevas formas de permanencia. De esta manera, el proyecto propone una relectura contemporánea del patrimonio inmaterial, donde la tecnología no sustituye las prácticas culturales, sino que las amplifica, abriendo la posibilidad de que lo local se proyecte hacia otros territorios sin perder su identidad.

Lejos de concebir la tecnología como amenaza o artificio, el proyecto demuestra que lo digital puede ser un aliado inesperado de la tradición. Una herramienta que habilita el

encuentro a distancia, la emoción compartida y la permanencia de los afectos. Imaginemos por un momento que alguien, desde otra ciudad o país, escucha a través de su teléfono el relato de un habitante histórico de Feliciano; alguien que quizás ya no está, pero cuya voz sigue viva. Esa experiencia es prueba de que las tecnologías pueden convertirse en vehículos de la memoria afectiva, capaces de mantener encendida la llama de una comunidad.

Al mismo tiempo, este proceso fue posible gracias a la colaboración interdisciplinaria de un equipo que combinó investigación empírica, planificación comunicacional y trabajo territorial. Las encuestas, entrevistas y registros audiovisuales realizados con los pobladores locales dieron lugar a un entramado colectivo que excede la mera aplicación tecnológica. En esa integración entre saberes técnicos y experiencias comunitarias reside el verdadero valor del proyecto: construir una narrativa transmedia situada, donde las voces locales no sean solo fuente de información, sino protagonistas activas de la producción de sentido.

La experiencia demuestra que cuando la tecnología se inscribe en una lógica participativa, inclusiva y territorial, puede actuar como un dispositivo de mediación cultural y afectiva. Las plataformas digitales, las audioguías y los códigos QR no funcionan aquí como simples canales de difusión, sino como espacios de diálogo entre generaciones, memorias y sensibilidades. Así, la Fiesta del Ternero no sólo se celebra cada año en su predio y su desfile, sino también en los relatos que circulan, en los audios que se comparten y en las imágenes que se multiplican en la web.

En definitiva, estos aprendizajes permiten pensar que la verdadera innovación en comunicación digital no está en la espectacularidad de los medios, sino en su capacidad para sostener lo humano. Este tipo de experiencias recuerda que detrás de cada interfaz hay una historia, detrás de cada código QR hay una voz, y detrás de cada clic hay una emoción que conecta a las personas con su territorio y con su pasado.

Después de todo, lo verdaderamente valioso no es sólo que el pasado no se pierda, sino que siga habitando el presente, alimentando los lazos que dan sentido a la comunidad. Que cada año, la Fiesta del Ternero siga siendo motivo de orgullo, de encuentro y de memoria compartida en la plaza, en las pantallas y en cada historia que vuelve a contarse.

Referencias bibliográficas

- Ardini, C., Caminos, A., Colantti, M., Gual, S., Secco, N., Puechagut, P., Servent, P. (2018). *Contar [las] historias: Manual para experiencias transmedia sociales*.
- Arduini Amaya, C. C. (2018). *Experiencias de comunicación comunitaria: El caso de “La Casa”*. En 20º Congreso REDCOM. Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM: Comunicaciones, poderes y tecnologías: de medios de comunicación y activismo cultural. Universidad Nacional de Villa María. https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RDUNVM_d14cd5e7659a42a10620c04e74c3ca7
- Arias, J. (2022). *Consumidores y consumos en las ferias comerciales urbanas*. FHyCS-UNJu.

- Cardona-Gordillo, J., y Arias-Iguad, A. (2021). El componente emocional en la narrativa transmedia y la televisión social. *Fonseca, Journal of Communication*, 23, 135-154. <https://doi.org/10.14201/fjc202123135154>
- Carlón, M. (2022). ¿El fin de la invisibilidad de la circulación del sentido de la mediatización contemporánea? *DeSignis*, (37), 245–253
- Cazón, S. (1992). Las fiestas populares en Hispanoamérica: El carnaval en la Argentina a principios del siglo XX. *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas*, 29(1), 343-368.
- Fernández, J. L. (2018). *Plataformas mediáticas: elementos de análisis y diseño de nuevas experiencias*. Crujía.
- Gianello, L. (1951). *Historia de Entre Ríos (1520-1910)*. Ministerio de Educación de la Provincia / Editorial Pórtico.
- Hepp, A. (2022). De la mediatización a la mediatización profunda. *DeSignis*, (37), 0035-44.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación* (P. Hermida Lazcano, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica. (Obra original publicada en 2006)
- Lacarrieu, M. (2005). Las Fiestas, celebraciones y rituales de la ciudad de Buenos Aires: imágenes e imaginarios urbanos. *Revista Electrónica Imaginarios Urbanos*, 1-10.
- Hepp, A. (2022). De la mediatización a la mediatización profunda. *DeSignis*, (37), 35–44.
- McLuhan, M., & McLuhan, E. (1990). *Las leyes de los medios: La nueva ciencia*. Alianza Editorial Mexicana.
- Plan Estratégico Territorial San José de Feliciano (2023). Argentina.gob.ar.
- Ramírez, Y. (2015). Las fiestas populares tradicionales, reflejo de la identidad cultural de las comunidades. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 5, 1-7.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Von Stackelberg, P. (2018). Transmedia franchising: driving factors, storyworld development, and creative process. In *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 233-242). Routledge.
- Zaffaroni, A. M. I., Choque, G., & Guaymás, Á. D. (2011). Las fiestas populares, la memoria y la participación de los jóvenes. *Oficios Terrestres*.

Abstract: This work aims to describe the development of an interactive experience design that allows users to explore and collectively reconstruct the living memory of the Provincial Festival of the Entrerriano Calf. This project was initiated at the request of the municipality of San José de Feliciano (Entre Ríos) and within the framework of the Master's course in Interactive Digital Communication at the National University of Rosario (UNR).

Keywords: Expanded narratives - Collective memory - Popular festivals - Mediatization - Entre Ríos

Resumo: Este trabalho tem como objetivo relatar o desenvolvimento do design de uma experiência interativa que permita aos usuários explorar e reconstruir coletivamente a memória viva da Festa Provincial do Bezerro Entrerriano. Este projeto nasce a pedido da prefeitura de San José de Feliciano (Entre Ríos), no contexto do Mestrado em Comunicação Digital Interativa da Universidade Nacional de Rosario (UNR).

Palavras-chave: Narrativas expandidas - Memoria coletiva - Festas populares - Mediati-zação - Entre Ríos

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo.]

Conrado Arévalo. Licenciado en Cine y Televisión por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC). Maestrando en Comunicación Digital interactiva por la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Docente e investigador de la Universidad de Concepción del Uruguay.

Florencia Luraschi. Licenciada en Comunicación Social y Maestranda en Comunicación Digital Interactiva por la Universidad Nacional de Rosario. Comunicadora en el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), donde integra el área de comunicación del INTA Oliveros y es responsable de la comunicación del INTA Casilda. Actualmente participa en los proyectos de I+D del INTA “Desarrollo sostenible de la apicultura argentina” y “Enfoques y metodologías para el estudio, monitoreo y diseño de agroecosistemas orientados a la intensificación ecológica”.

Santiago Videla. Maestrando en Comunicación Digital interactiva por la Universidad Nacional de Rosario (UNR) y Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UBA. Investigador UBACyT y UNTREF dedicado a la mediatización de vidas de lo musical. Docente de Semiótica de las mediatizaciones en UBA y fundador de REDINPLA, la red de investigadores en plataformas.