



Ciencias de la Comunicación

Taller de Comunicación Transmedia

Docente: Julio Alonso

Comisión 01

Tercera entrega

Grupo 6: Victoria Armada, Macarena Gimenez y Malena Zakour



## ÍNDICE

1 Introducción.....	2
2 Elección del tema en base a la segmentación de audiencias.....	2
2.1 Kshamenk: transmedializar una historia de vida y una lucha social.....	2
2.2 Análisis de audiencias: segmentación, selección y definición del tema a tratar.....	3
3 Propuesta creativa y prototipos del proyecto.....	4
4 Incorporación de la Inteligencia Artificial (IA).....	8
5 Modelo de negocios.....	10
6 Reflexión Final.....	12
7 Anexo y bibliografía.....	14

## **¿Conocés a Kshamenk?**

### **1 Introducción**

El desarrollo de la investigación partió de un previo proceso de análisis en base a un segmento de audiencias que involucró a 16 participantes residentes de la provincia de Buenos Aires pertenecientes a un rango etario que fue de 20 a 25 años de edad. Los resultados obtenidos fueron el disparador necesario para que el equipo ejecute un tema de interés no sólo para los encuestados seleccionados, sino también para la propuesta posterior dirigida a incluir a una audiencia mayor que pueda corresponder a los mismos parámetros de perfil.

Por ende, la finalidad del trabajo se basó en una explicitación de lo que el equipo decidió, organizó e investigó como eje central para el diseño de un proyecto transmedia. En él, se indagó sobre la relación del tópico con la segmentación de audiencias previamente realizada; el desarrollo de la propuesta creativa (incluyendo la definición de contenidos, los modos de expansión de la narrativa y los prototipos diseñados); cómo se involucró el uso de la Inteligencia Artificial (IA) y un posible modelo de negocios propuesto para la ejecución del proyecto.

### **2 Elección del tema en base a la segmentación de audiencias**

#### **2.1 Kshamenk: transmedializar una historia de vida y una lucha social**

El eje del proyecto transmedia se basó en una campaña para visibilizar la historia y condiciones de vida de Kshamenk<sup>1</sup>, una orca macho de entre 35 y 37 años de edad (según se estima biológicamente) que fue capturada por el oceanario Mundo Marino ubicado en San Clemente del Tuyú a fines del año 1992.

Desde su llegada a Mundo Marino, Kshamenk ha vivido en cautiverio, siendo utilizado en espectáculos y como ejemplar de exhibición. Actualmente, es el único cetáceo que vive en estas condiciones en América del Sur. Sin embargo, la situación ha sido foco de controversia nacional e internacional debido a las condiciones de confinamiento y restricciones legales que impiden su traslado.

A su vez, las intenciones de liberación no cesaron: durante el año 2023, se dio a conocer el Proyecto de Ley Kshamenk<sup>2</sup>, impulsado por legisladores y organizaciones animalistas argentinas en el contexto del creciente debate sobre el bienestar de los cetáceos capturados. La finalidad de la ley se centra en prohibir espectáculos con animales marinos silvestres en cautiverio, tomando el caso de la orca Kshamenk como disparador para ejecutar dicha iniciativa, llevando su propio nombre.

Actualmente, el proyecto permanece en curso luego de un amparo judicial realizado en 2024 por la Agrupación Derechos Animales Marinos (DAM), junto con Activistas Animalistas de La Costa y otros colaboradores. Sin embargo, si no se lleva a cabo ningún avance sobre

---

<sup>1</sup>Acerca de la historia de Kshamenk

<https://laderasur.com/articulo/kshamenk-la-orca-prisionera-del-circo-acuatico/>

<sup>2</sup>Disponible en

<https://www4.hcdn.gob.ar/dependencias/dsecretaria/Periodo2023/PDF2023/TP2023/4131-D-2023.pdf>

## **¿Conocés a Kshamenk?**

la medida, perderá estado parlamentario el 6 de octubre de este año<sup>3</sup>, lo cual implicaría reiniciar el proceso.

Respecto al panorama futuro de la orca (y suponiendo la posible aprobación del proyecto en algún momento), desde distintos grupos activistas y biólogos especialistas en fauna marina, se encuentra un consenso basado en que el cetáceo no debe ser trasladado nuevamente al mar sino a un santuario. Los motivos se basan en que no es recomendable llevar repentinamente a un animal que se encontró durante tantos años en cautiverio al océano, ya que podría contagiar a otras especies o contagiarse de alguna enfermedad en la que el cuerpo de la orca no fue preparada durante su crecimiento. Por ende, lo más recomendable sería trasladarlo a una especie de pileta aislada dentro del mar, en donde pueda vivir en cierta libertad bajo precauciones.

El desarrollo de la historia de Kshamenk fue plasmada a través de un proyecto transmedia bajo el nombre **¿Conocés a Kshamenk?**, utilizando un tono de suspenso, interrogante e interpelador hacia un usuario que no necesariamente deba conocer de forma completa los hechos, pero que sí podría hacerlo interactuando con la narrativa. Sin embargo, los criterios de elección del tema no hubiesen sido posibles sin la segmentación previamente realizada.

### **2.2 Análisis de audiencias: segmentación, selección y definición del tema a tratar**

El equipo coincide en que haber realizado un análisis de audiencias fue necesario para caracterizar diferentes grupos con intereses y prácticas comunes. Esta instancia fue el punto inicial para diseñar la narrativa transmedia. A grandes rasgos, se trató de participantes que demostraron tener una relación flexible y maleable con las redes sociales y las plataformas digitales en tanto manifestaron diferentes tipos de actividades en su vida cotidiana. Ya sea compartiendo publicaciones propias; interactuando con otros posteos a través del *like*, comentando, compartiendo o bien consumiendo material audiovisual y escrito que producen otros usuarios. A su vez, predominó el consumo de redes dirigido a la visualización de contenidos y lectura<sup>4</sup>, así como también se analizó que los fines de entretenimiento y búsqueda de información fueron los objetivos que mayoritariamente enmarcaron los patrones de consumo de los participantes. Por tanto, las respuestas apuntaron a usuarios con un perfil no estereotípico, sino más bien flexible y adaptable al contenido, forma de consumo e interacción en distintas plataformas.

En base a la información adquirida, se vio como posibilidad definir un tema que incluya los lineamientos sugeridos y que a su vez, proponga un nuevo parámetro: que los usuarios se vean interpelados por el tópico y se integren en actividades interactivas.

A partir de la obtención de resultados que describen usuarios con un perfil flexible, que buscan tanto entretenerte como informarse y que recurren tanto al consumo visual como escrito, se integró una narrativa compuesta por un proyecto de no ficción, que aproveche el uso de contenidos audiovisuales de forma dinámica y estratégica y que ofrezca una producción periodística e histórica a la cual el usuario pueda acceder e informarse fácilmente. La flexibilidad y la “no fijación” obtenida de parte de los participantes dentro de la encuesta, lejos de ser un obstáculo para la definición del tema, fue tomado para el equipo como una excelente oportunidad y desafío para componer al proyecto de las estrategias

---

<sup>3</sup>Acerca de la vigencia de los proyectos de ley

<https://www.diputados.gob.ar/comisiones/permanentes/cppyreglamento/proyecto.html?exp=3234-D-2009>

<sup>4</sup>Gráficos disponibles de la segmentación de audiencias dentro del anexo.

## ¿Conocés a Kshamenk?

más satisfactorias posibles, basadas en atraer a un público que no tiene afinidad a intereses “puros”. De hecho, proponer este trabajo como una campaña ofrece grandes posibilidades de ampliar la audiencia hacia mayores participantes.

Lejos de considerar como rasgo excluyente para el acceso de la narrativa a usuarios que tengan fines de consumo asociados a la militancia o al activismo<sup>5</sup>, se pretendió incorporar (como previamente se mencionó) a una audiencia que tiene intenciones de informarse, entretenerte y que pueda sentirse interpelado emocionalmente por la historia de Kshamenk. Por tanto, dicha relación ejecutada entre la audiencia y elección del tema guardaron directa consonancia con los fines del proyecto: la búsqueda de la concientización hacia una audiencia no necesariamente adentrada en la trama de la orca, pero que tiene la oportunidad de hacerlo interactuando con los distintos canales que expandirán la narrativa de manera entretenida e informativa. Además, se entiende que los fines educativos, informativos y de concientización son aquellos medios necesarios para considerar la posible búsqueda de un cambio y mejora social, en vínculo con la campaña de liberación a Kshamenk (y la búsqueda de la prohibición de su figura con fines lucrativos).

El desarrollo del trabajo necesariamente requirió de una propuesta que especifique el modo en que estratégica y creativamente se distribuye y expande la narrativa.

### 3 Propuesta creativa y prototipos del proyecto

Para poder comunicar de forma efectiva la historia de captura, encierro y explotación de la orca Kshamenk hacia la audiencia, el equipo decidió enfocarse en estrategias que apelen a la emoción y a la empatía y que a su vez se sustenten en datos y voces de expertos. Cada sección del [recorrido de la web](#)<sup>6</sup> fue diseñado con una estrategia específica.

La “nave nodriza” de *¿Conocés a Kshamenk?* se compone de un **sitio web** que integra los diferentes elementos del universo transmedia. Está organizada para que pueda navegarse tanto en forma lineal siguiendo el movimiento del agua como de manera independiente, accediendo a las distintas “postas”. El diseño de la web emula los típicos mapas que muestran cómo circular por los parques temáticos. En esta suerte de “parque Kshamenk”, cuando el usuario hace *click* en cada una de las “postas”, es dirigido a diversos puntos de la narrativa. La elección de una estética *pixel art* responde a los resultados obtenidos del análisis de audiencia, en los cuales se observó un público juvenil que prioriza la búsqueda del entretenimiento e información como principales fines que motivan sus consumos habituales. Se integraron ambos propósitos en un diseño llamativo que apela a lo lúdico y a lo



<sup>5</sup>El equipo considera que limitar el acceso a usuarios vinculados exclusivamente a estos perfiles, sería apuntar a la redundancia y al estancamiento de la narrativa: por supuesto que aquellos participantes se verían involucrados en la trama, pero si el diseño se limita únicamente a ellos, las posibilidades de visualización para otros usuarios serían nulas. Sin embargo, el objetivo del proyecto se basa en concientizar, entretenerte e informar a una audiencia que no esté al tanto del tema en profundidad, pero que puede hacerlo expandiéndose la narrativa a un público flexible, tal como señalaron los resultados de la segmentación de audiencias.

<sup>6</sup>Mockups del home de la web disponibles en el enlace.

## ¿Conocés a Kshamenk?

informativo para que la audiencia comience a despertar su interés por la historia del cetáceo.

Los momentos que componen el mapa del sector *home* del sitio web parten de dos **experiencias inmersivas** en las cuales, a través del uso de la **IA generativa**, el usuario puede experimentar la historia de Kshamenk y los sucesos más importantes de su vida: desde que es capturado en el Mar Argentino en 1992, la muerte de sus compañeras orcas, el viaje hasta Mundo Marino, los entrenamientos para aprender a hacer piruetas, la muerte de la orca que se encontraba en el acuario desde antes de que Kshamenk llegue, los shows con cientos de personas mirándolo y las horas interminables girando en un tanque sin otro horizonte a la vista.



Esta experiencia subjetiva<sup>7</sup> se complementa con otra que abarca los días en el mar previos a la captura y traslado del cetáceo, desde el punto de vista de un buzo que se dedica a observar orcas. En ambos escenarios, se trata de extensiones que enriquecen el universo narrativo del proyecto. A su vez, la interacción es exploratoria: el usuario observa los hechos sin cambiarlos.

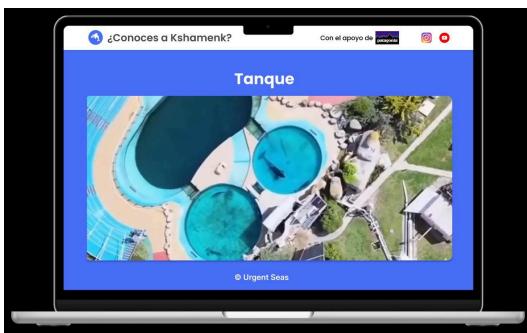
El equipo considera crucial ofrecer ambas experiencias inmersivas: con su desarrollo, no sólo se fomenta la empatía social al situar al usuario en el ambiente que caracteriza a la historia del cetáceo, sino que también se rompen barreras de distanciamiento en base a la posibilidad de acceso para todos, más allá del espacio lejano y la antigua fecha que involucra a los hechos. Por ende, se trata de “sumergir al público” en las realidades que se relatan a partir de la construcción de experiencias significativas en escenarios ambientados con el eje central del proyecto.

Siguiendo a Marie-Laure Ryan, existen tres tipos de inmersión que se pueden observar en una narrativa. La inmersión espacial, aquella sensación de estar físicamente en el entorno de los hechos, la cual se refleja en el proyecto a través de los espacios oceánicos en donde habitaba Kshamenk hasta su confinamiento en un tanque. La inmersión temporal, que implica seguir el transcurso de la historia a través del tiempo, se encuentra presente en mayor medida en la experiencia inmersiva del *pov* del buzo, ya que grafica temporal y linealmente el desarrollo y crecimiento de Kshamenk. Este recurso es esencial para la focalización del usuario: genera curiosidad, expectativa y compromiso para entender la historia. Por último pero no menos importante, la inmersión emocional, aquel momento en el que el usuario establece una conexión afectiva con la trama, los personajes o la situación; este momento particular se propone que se lleve a cabo a partir del protagonista del tema: Kshamenk. El participante de la experiencia no sólo puede “sentirse como” una orca en cautiverio al estar observando los hechos en diferentes momentos de su vida, sino que también puede forjar lazos de empatía y sensibilidad por la vulnerabilidad de la orca.

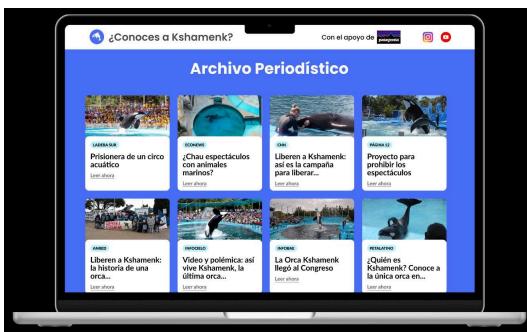
<sup>7</sup>Si bien se integró el “tono subjetivo” a la narrativa, se mantiene el objetivo de narrativa de no ficción en el que se plantea una historia que no contiene elementos fantásticos ni irreales.

## ¿Conocés a Kshamenk?

En **Tanque**, la posta se diseñó para que el usuario pueda acceder a uno de los pocos registros aéreos que se tienen de Kshamenk. Realizado por la organización canadiense *Urgent Seas*, la filmación permite tomar conciencia de las limitadas dimensiones en las que habita la orca. Dicho recurso invita a que el usuario pueda comparar de forma gráfica su tamaño con la dimensión del tanque, de modo tal que pueda entender en términos actuales y en un video real las condiciones en las que vive el cetáceo (además de la creación con Inteligencia Artificial de las experiencias inmersivas mencionadas anteriormente).



Secuencialmente se encuentra el **Archivo periodístico**, que recopila notas en distintos medios nacionales e internacionales sobre el caso de Kshamenk. Gracias al trabajo de activistas y abogados animalistas, su historia trascendió los límites de San Clemente del Tuyú y pasó a ser un tema en la agenda de los medios. El equipo considera relevante la incorporación de esta área en base al propósito de brindar una propuesta dinámica, periodística, actual y completa en base a las condiciones en las que se encuentra actualmente Kshamenk y los reclamos sociales que se han llevado a cabo.



Por otro lado, las voces de expertos en los derechos de los animales marinos pueden escucharse y verse en la posta **Especialistas**. El equipo decidió acotar los testimonios a tres figuras consideradas como relevantes y representativas, tanto por su experiencia en el tema como por su protagonismo en la redacción del Proyecto de Ley Kshamenk (2023). El usuario podrá acceder a entrevistas de la abogada y jueza Elena Liberatori, el abogado Mauricio Trigo y la activista y co-fundadora de *Activistas Animalistas de la Costa*, Dalila Lewis.



A su vez, la web facilita el acceso a la lectura del texto completo del **Proyecto de Ley Kshamenk**, una de las últimas postas del recorrido, ya que puede ser considerado como la concreción del esfuerzo de tantos años de lucha de los activistas (solo superable por la liberación de Kshamenk y de los demás animales en cautiverio). Para brindar la mayor comprensión posible del desarrollo del proyecto, también se incorporó el gráfico de una línea de tiempo en donde se observa el nacimiento de la iniciativa y cómo fue trascendiendo al ojo público en la actualidad.



Como anteúltima posta, se integró un juego interactivo que busca generar una vuelta de tuerca respecto al título del proyecto: recordando que este busca tener un tono interpelador y de suspense hacia un usuario que probablemente no conozca en profundidad la historia de la



## ¿Conocés a Kshamenk?

orca, ahora el participante podrá acceder a un juego de preguntas y respuestas de formato *multiple choice* llamado **¿Cuánto conocés a Kshamenk?** teniendo en cuenta que el acceso e indagación sobre cada sección del *home* de la web le permitió profundizar los fines del proyecto transmedia y (en simultáneo) la historia de Kshamenk. Por ende, el usuario pondrá en práctica todo el conocimiento proveído en cada una de las postas anteriores: las características particulares del cetáceo, su historia de vida, la finalidad del proyecto de ley, etcétera. Es por eso que se coloca a dicha actividad de manera estratégica como anteúltima en el recorrido: no es sino a partir del acceso a cada una de las áreas anteriores que el participante será capaz de contestar correctamente. Además de entretenér, los fines del juego se basan en desafiar al usuario sobre cuánto aprendió en todo el recorrido, queriendo demostrar por parte del equipo que además de buscar la visualización del proyecto transmedia, se desea que quien sea partícipe del acceso a **¿Conocés a Kshamenk?** pueda llevarse nuevos aprendizajes, nueva información y además pueda compartir estos datos con alguien más, haciendo que la narrativa continúe ampliándose a través del boca en boca.

Al final del recorrido, los usuarios son convocados a activar por la liberación de la orca con una campaña híbrida que implica descargar un afiche con un QR bajo el nombre de **Activá** para imprimir y colocar en la vía pública (únicamente sobre otras publicidades, no en propiedad privada) o compartirlo en sus redes sociales con el link a la página. Se considera que la dimensión analógica y de misterio (**¿Conocés a Kshamenk?**) de una campaña en la vía pública suma una nueva capa de sentido al universo narrativo y resulta una propuesta acorde en base al desafío de ganar mayor visibilidad en el proyecto y más participantes en interacción.



Otra de las estrategias discursivas que utilizó el equipo para complementar la narrativa es un **contador de días** de cautiverio (que se actualiza cada día). Ver la decena de miles de días en los que Kshamenk estuvo (y está) lejos de su casa puede ayudar a los usuarios a dimensionar las consecuencias de su explotación y a reforzar los lazos de emoción y empatía mencionados inicialmente.

A través de un pequeño apartado del sector *home* de la página web, se incorporó un **chatbot** (representado por Kshamenk) llamado [¡Chateá con Kshamenk!](#)<sup>8</sup> en donde el usuario puede realizarle preguntas y éste contestará desde la primera persona. El equipo considera acorde la posibilidad de diálogo con el cetáceo: no solo reduce la distancia entre el usuario y la historia sino que busca reforzar los lazos de sensibilidad y empatía entre el participante y la narrativa, buscando ganar la mayor fidelidad posible. [¡Chateá con Kshamenk!](#) ofrece su perspectiva de vida y colabora con la distribución y acceso de contenidos del sitio web.



A su vez, dentro del *home* de la web se encuentran las [redes sociales](#)<sup>9</sup> que también son funcionales para el desarrollo de la narrativa, buscando la visualización a través de contenidos que el segmento de audiencias analizado

<sup>8</sup>Capturas de funcionamiento del chatbot disponibles oprimiendo en el enlace.

<sup>9</sup>Posibles de ver en mayor dimensión a través del enlace.

## ¿Conocés a Kshamenk?

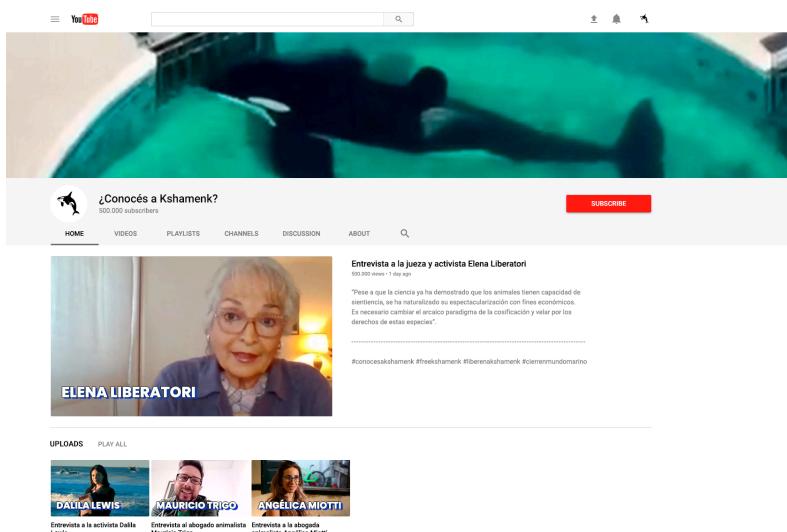
anticipó que forman parte de sus patrones de consumo: Instagram y Youtube, dos de las plataformas más mencionadas en la encuesta.



La propuesta de personalización narrativa (en la figura de Kshamenk como caso particular y a la vez como caso ejemplar de la vida de muchos animales marinos cautivos con fines lucrativos y de entretenimiento) es robustecida con un **perfil de Instagram** bajo el nombre *conocesakshamenk* que funciona como si fuese el perfil personal de la orca. En éste, Kshamenk comparte fotos de su cotidianidad (como por ejemplo, lo que siente viviendo solo en un tanque, la presencia intermitente de la delfín Floppy, la relación con los entrenadores, las caras de las infancias mirándolo saltar en los shows), donde responde comentarios, mensajes privados y opina sobre notas y registros que han hecho sobre él. La elección de esta red social en particular responde a los resultados obtenidos en el análisis de audiencia, donde la mayoría (43,8%) indicó que es la red social que más consumen en su día a día y todos (100%) la mencionaron como parte de sus consumos diarios.

Por otro lado, el proyecto contempla la creación de un **canal de YouTube** bajo el mismo nombre: *¿Conocés a Kshamenk?*, en base a que “replicará” parte de lo propuesto en una de las postas del sitio web. Esta plataforma tiene como función

principal alojar las entrevistas a especialistas que también se encuentran disponibles en la sección correspondiente del *home* de la página web (Especialistas). En este sentido, el canal no propone una expansión de la narrativa, sino que actúa como un soporte complementario para la visualización y difusión del contenido audiovisual. La elección de YouTube como red social de referencia responde, además, a su eficacia como herramienta de consumo de videos y al dato relevado en la encuesta realizada, donde el 68,8 % de los participantes lo identificó como parte de sus hábitos de consumo diario.



## 4 Incorporación de la Inteligencia Artificial (IA)

La IA fue integrada en diferentes espacios del proyecto. En primer lugar, el *chatbot iChateá con Kshamenk!* funciona a través de la IA: para su creación, se utilizó el programa *Poe*, aprovechando la función *Role play* que permitió construir y diseñar el personaje de Kshamenk.

## ¿Conocés a Kshamenk?

La incorporación de la IA en este área está dirigida a optimizar la búsqueda y la inmediatez en el acceso de los contenidos pertenecientes a la página<sup>10</sup>. En este caso, la automatización de respuestas, proporcionadas por el mismo Kshamenk, ofrece una gestión centrada en distribuir los materiales que se encuentran dentro del sitio. Tal como se desarrolló en la propuesta creativa, el *bot* está configurado para que hable en primera persona, en un tono amigable, permitiendo que el usuario lo conozca aún más (reforzando el interrogante del título *¿Conocés a Kshamenk?*) Éste último puede dialogar con el cetáceo en base a diferentes cuestiones que involucran su vida: cuántos años lleva en cautiverio, de qué se trata el proyecto de ley Kshamenk, su traslado a Mundo Marino, entre otras.

Siguiendo una de las identificaciones de Nic Newman (2017) respecto a los distintos tipos de *bots* y los modos en que pueden utilizarse, *¡Chateá con Kshamenk!* actúa como un *answer bot* (*bot* de respuesta), diseñado para interactuar directamente con los usuarios, respondiendo a preguntas específicas. Se trata de un sistema operativo que utiliza un procesamiento de lenguaje natural (PLN) para entender y contestar consultas, ofreciendo una experiencia más conversacional y cercana<sup>11</sup>. De este modo, se busca descartar cualquier posibilidad de que el usuario abandone la página por motivos basados en no encontrar los recursos que él desea. Además, la contestación inmediata del *bot* funciona como un refuerzo para la concentración y focalización del participante, teniendo en cuenta que se trata de un usuario que no sólo busca entretenerte sino también informarse (siguiendo el lineamiento de los resultados obtenidos en la segmentación de audiencias).

La construcción del *chatbot* necesariamente requirió de un entrenamiento, configuración y prearmado de información para el funcionamiento correcto del *bot*. Los recursos bibliográficos y datos previamente indagados durante el proceso de conformación del tema fueron utilizados como *prompt* de las características que el *bot* debía estudiar para brindar posteriormente esa información al usuario que vaya a dialogar con él. Dicho registro y entrenamiento fue relevado en un documento aparte a [modo de historial de correcciones](#).

En segundo lugar, se incorporó la IA para la elaboración de ambas experiencias inmersivas. Mediante el uso del programa *Runway*, se diseñaron los escenarios narrativos que representan el tanque en donde actualmente se encuentra Kshamenk (en el oceanario de Mundo Marino) y el Mar Argentino, específicamente en las costas de la provincia de Buenos Aires, en donde el cetáceo habitaba cuando era bebé, antes de ser trasladado.

Aprovechar esta herramienta para la creación de ambos “mundos” ofreció varios beneficios. En primer lugar, brinda la perspectiva de dos espacios que no pueden visitarse frecuentemente de forma presencial: tanto el tanque de Mundo Marino, como las profundidades del océano<sup>12</sup>. Por otro lado, se trata de dos experiencias que no fueron realizadas previamente: observar a Kshamenk tanto desde el *pov* de un buzo en su infancia como desde su actualidad resulta una idea innovadora y original para compartir una experiencia no sólo reflexiva sino también humanizante de la historia de vida del cetáceo,

---

<sup>10</sup>Tal como fue hablado en los espacios de teóricos y siguiendo el lineamiento compartido por el periodista Emilio García Ruiz, lejos de considerar al recurso del *chatbot* como un “reemplazo” de los seres humanos, este complementa y refuerza el trabajo.

<sup>11</sup>Notas extraídas del teórico de Estela Domínguez Halpern *Robot journalism / Periodismo automatizado*.

<sup>12</sup>El equipo afirma dicho argumento a raíz de que el segmento de audiencias apuntó a personas que habitualmente circulan por CABA o La Plata y Quilmes (provincia de Buenos Aires) y se encuentran bastante alejadas de ambas zonas.

## **¿Conocés a Kshamenk?**

siguiendo el mismo lineamiento de *¡Chateá con Kshamenk!* Sin embargo, sin el recurso de la IA, sería impensado involucrar una creación dinámica y creativa de ambos espacios.

Al igual que la construcción del *chatbot*, dicha ejecución de las experiencias inmersivas fue posible a partir de la realización de diferentes *prompts* que moldearon a los diferentes videos. Dicho formato de solicitud a la IA fue creado con la ayuda de *Chat GPT* para posteriormente trasladarlo a la herramienta de *Runway*. Ambos *prompts* fueron plasmados en un documento aparte a [modo de historial de correcciones](#), al igual que el diseño del *bot*.

Por su parte, el diseño del sitio web contó con diferentes aportes de IA: para la creación de imágenes e ilustraciones del sector *home*, se utilizó *Chat GPT* y para el prototipo interactivo del recorrido de la página, se incorporó la herramienta de *Figma*. Ambos fueron útiles para facilitar la construcción de un boceto de lo que sería la página final, pudiendo jugar con las diferentes modificaciones y alternativas que los mismos programas fueron proporcionando. A su vez, dichos sitios y recursos aportan funciones que traspasan los límites rígidos de las herramientas tradicionales.

La construcción y diseño del prototipo del juego interactivo *¿Cuánto conocés a Kshamenk?* integró la IA a través del programa de *Figma*, al igual que la sección *Home* del sitio web. Sin embargo, este requirió la fabricación de *prompts* específicos para su funcionamiento adecuado, que también fueron registrados en un documento aparte, a [modo de historial de correcciones](#).

Por último, se incluye el mecanismo y sistematización de la Inteligencia Artificial para el contenido de la red social de Instagram. Si bien la especificidad de la plataforma será el uso del punto de vista subjetivo de Kshamenk (en base a que se plantea su perspectiva desde una redacción humana), para poder transmitir de la forma más fidedigna posible y respetando los parámetros del proyecto de no ficción, el equipo se servirá de la IA. A través de *prompts* que expresen características comunicacionales de las orcas y el estilo de comunicación propio de la red social (que abarca tanto las características materiales de la plataforma como al dialecto propio de la audiencia estudiada en las redes sociales) se obtendrán publicaciones lo más objetivas posibles. Todo estará basado en la información y recursos previamente relevados por el equipo y en los testimonios de los expertos en esta especie.

## **5 Modelo de negocios**

Siguiendo el modelo CANVAS propuesto por Osterwalder y Pigneur (2010), y a partir de la caracterización del segmento de audiencia realizado, que apunta a un público juvenil de entre 20 a 25 años, se estableció un modelo específico de financiación para *¿Conocés a Kshamenk?*

Dado que se trata de una iniciativa sin fines de lucro cuyo objetivo principal es informar y entretenir a la audiencia, se considera que el acceso a todos los contenidos -tanto en la web como en otras plataformas- debe ser completamente gratuito y sin restricciones. No obstante, frente a la necesidad de afrontar los costos asociados a su creación y desarrollo (como la contratación de diseñadores gráficos, diseñadores web y programadores), y con el fin de sostener la gratuidad del acceso, se propone establecer una colaboración con una empresa afín a los valores del proyecto.

## **¿Conocés a Kshamenk?**

En este sentido, se identifica como potencial aliado estratégico a la marca de indumentaria para actividades al aire libre **Patagonia INC**, reconocida por su compromiso con grupos activistas<sup>13</sup>. A través de su colaboración con diferentes organizaciones sin fines de lucro, la marca aborda la importancia de la protección ambiental desde una perspectiva integral mediante distintos frentes: la conservación de océanos y especies marinas; la restauración de ecosistemas terrestres mediante la reforestación y la reintroducción de la fauna nativa; el desarrollo de modelos de pesca sustentable; la creación y manejo de áreas protegidas; la educación ambiental comunitaria y el fortalecimiento de redes de voluntariado y brigadistas. A través de estas alianzas, Patagonia promueve prácticas responsables, impulsa la economía circular y actúa frente a los conflictos actuales en la naturaleza argentina desde lo local y lo regional.

Tal como aclaran en su página, actualmente trabajan con 23 organizaciones a las que donan el 1% de sus ganancias. Desde este punto, es preciso considerar la posibilidad de la inclusión del proyecto *¿Conocés a Kshamenk?* entre los que son financiados por la marca. En su web, aclaran que brindan su apoyo a grupos con un fuerte vínculo con las comunidades y ecosistemas locales, por lo que sería acorde su alianza con la campaña de visibilización de la historia de Kshamenk sobre sus actuales condiciones de vida y la búsqueda de un cambio. Además, en cada uno de los proyectos aparecen los pilares fundamentales de la búsqueda de la difusión, información y concientización, fines que coinciden con el proyecto transmedia diseñado por el equipo.

La colaboración con esta empresa se concibe en dos niveles: por un lado, a través de una donación directa al proyecto<sup>14</sup> que se haría visible desde el sector *home* de la página web bajo la descripción “Con el apoyo de” colocando el logo de la marca al costado, en la parte del extremo superior derecho de la web.



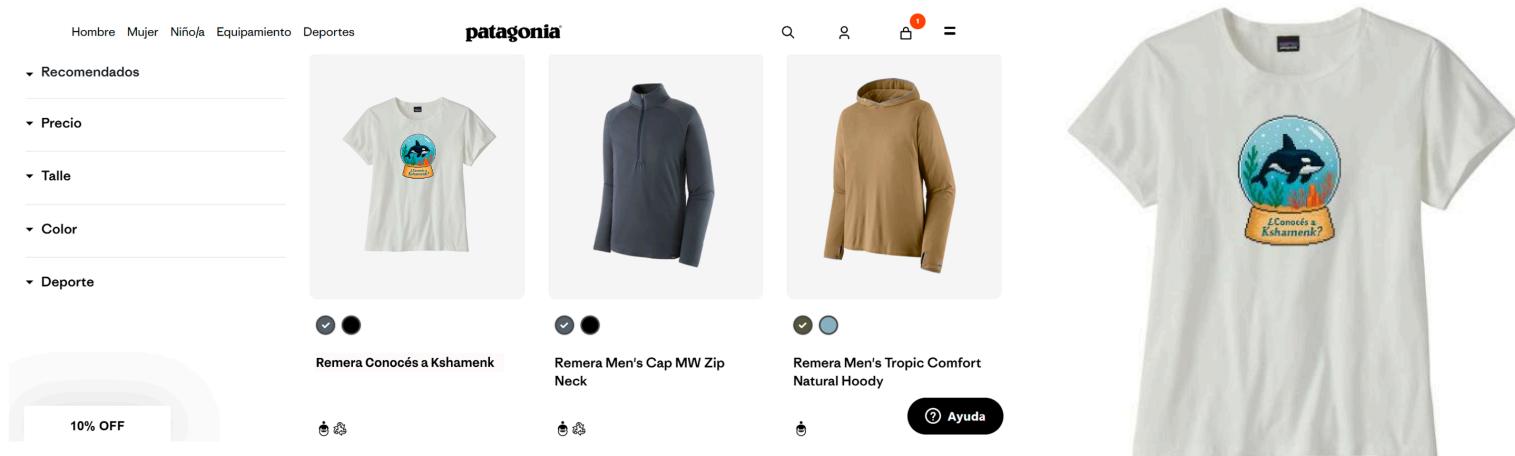
Por otro, mediante el diseño colaborativo de un producto de edición especial (por ejemplo, una remera deportiva o un gorro con una ilustración de Kshamenk) siendo *merch* del proyecto que podría ser adquirido por la audiencia en los locales de la marca o a través de una campaña publicitaria en la web de *¿Conocés a Kshamenk?* Asimismo, la presencia de estos productos en las tiendas oficiales de Patagonia podrían contribuir a llegar a nuevos

<sup>13</sup>Todas las colaboraciones de Patagonia INC  
[https://patagonia-ar.com/pages/organizaciones-beneficiadas?srsltid=AfmBOoqzOb8LBy\\_csrT2ruzFM\\_uV3A0E15Wm2ILb2wl3C6VHHfzTtSXpN](https://patagonia-ar.com/pages/organizaciones-beneficiadas?srsltid=AfmBOoqzOb8LBy_csrT2ruzFM_uV3A0E15Wm2ILb2wl3C6VHHfzTtSXpN)

<sup>14</sup>Del mismo modo que el resto de los proyectos presentes, la marca donaría un 1% de sus ganancias al proyecto *¿Conocés a Kshamenk?*

## ¿Conocés a Kshamenk?

públicos y ampliar el acceso de la narrativa construída sobre la situación del cetáceo que se encuentra en cautiverio.



Siguiendo el lineamiento de Srnicek (2018), el modelo propuesto puede ser definido como un modelo abierto de financiación. En este esquema, la fuente principal de recursos sería la empresa colaboradora, mientras que la audiencia podría contribuir de forma secundaria mediante la compra del producto. Cabe subrayar que dicha compra no constituirá un requisito para acceder a los contenidos del sitio.

## 6 Reflexión Final

*¿Conocés a Kshamenk?* es la propuesta de un proyecto transmedia comprometido con el acceso a la información, la dinámica del entretenimiento y la participación activa de las audiencias en torno a una problemática urgente: la explotación de animales marinos en cautiverio, realizando un foco exclusivo en la historia de Kshamenk, un cetáceo que lleva más de 30 años en cautiverio.

A partir de la planificación, construcción y diseño de la narrativa, el proyecto combinó recursos periodísticos, la creación de experiencias interactivas y herramientas que integran la Inteligencia Artificial, articulando un trabajo comunicacional, multiplataforma y significativo.

El desarrollo del proyecto, basado en una lógica de acceso abierto y sin fines de lucro, evidencia la posibilidad de expandir una narrativa de no ficción que conecte con perfiles específicos de audiencias a partir de sus hábitos de consumo, preferencias de plataformas e intereses cotidianos. Como se anticipó previamente, no es necesario que quienes se acercan al contenido tengan conocimientos previos sobre la temática: el diseño de la experiencia permite que los usuarios adquieran información de forma progresiva, a través de un recorrido que combina entretenimiento, sensibilidad e información rigurosa. Esta estrategia potencia el compromiso de las audiencias y refuerza uno de los objetivos centrales del proyecto: promover una toma de conciencia informada sobre la situación de

### **¿Conocés a Kshamenk?**

Kshamenk y, en un plano más amplio, sobre la problemática del cautiverio de animales marinos.

En un contexto donde las narrativas audiovisuales, interactivas y multiplataforma ganan terreno como formas de participación activa en el mundo de la comunicación digital, *¿Conocés a Kshamenk?* representa un aporte relevante: su potencial para generar impacto social radica en una articulación entre la construcción de un contenido emotivo y entretenido, una investigación rigurosa y el fomento a la participación activa.

A futuro, el desafío estará en sostener la continuidad del proyecto, seguir fomentando y expandiendo su acceso y demostrar las diferentes formas de acción que busquen una mejora en las condiciones de existencia de Kshamenk.

## **¿Conocés a Kshamenk?**

### **7 Anexo y bibliografía**

**Chatbot** ¡Chateá con Kshamenk! <https://poe.com/Kshamenk>

**Figma interactivo** ¿Conocés a Kshamenk?

<https://www.figma.com/proto/yFW7zS7zHmc6vFTQRFuWIM/Kshamenk?node-id=86-969&p=f&t=QY898OVoVkJDLthdW-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=86%3A969>

**Mockups vista completa**

[https://drive.google.com/drive/folders/1t-pckQYNAsq-HX-e\\_exQxzXDAYI1JUmo?usp=drive\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1t-pckQYNAsq-HX-e_exQxzXDAYI1JUmo?usp=drive_link)

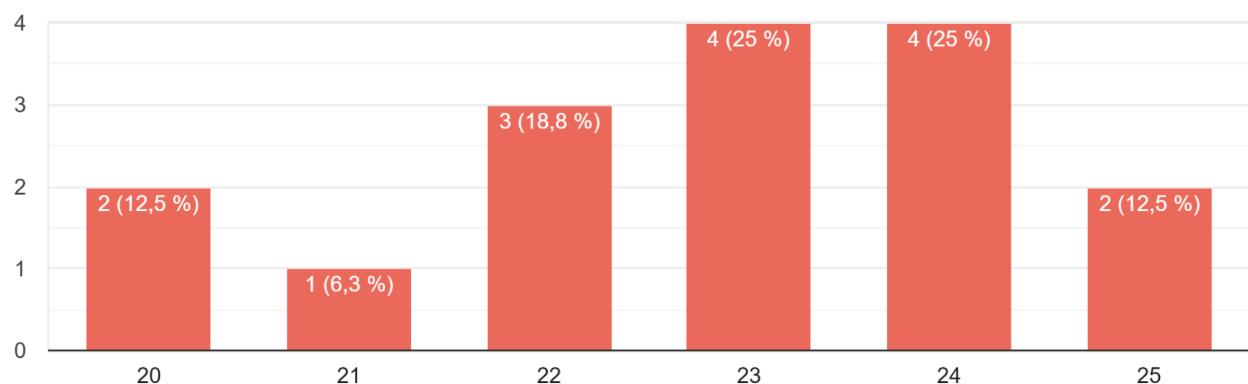
**Informes y registros de Inteligencia Artificial**

<https://drive.google.com/drive/folders/1MiHtdxtsIxMEAXEpMsjOnhEeDDd5Eqfk>

**Gráficos del estudio de audiencias del cual se hizo referencia en el trabajo**

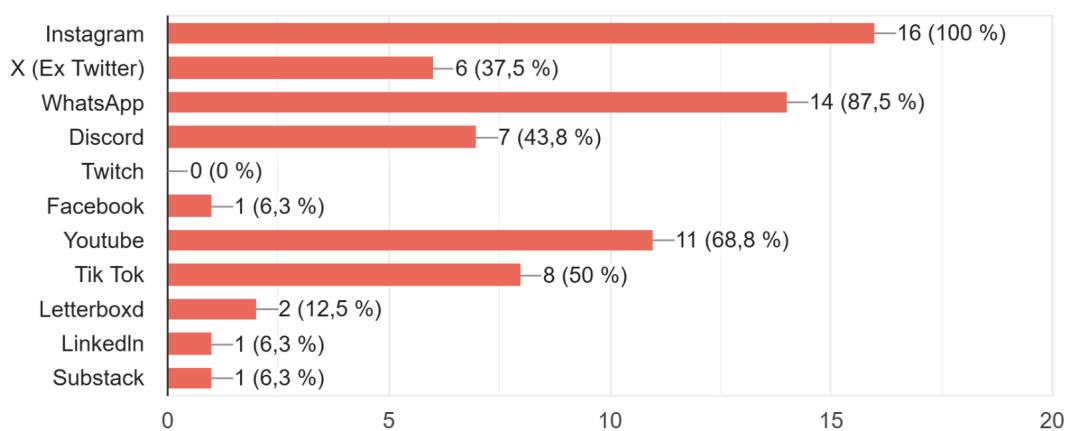
¿Qué edad tenés?

16 respuestas



¿Cuáles de estas redes y plataformas solés consumir en tu día a día?

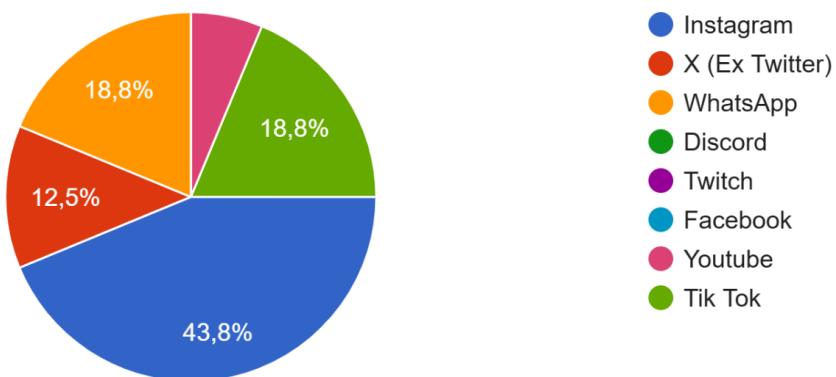
16 respuestas



## ¿Conocés a Kshamenk?

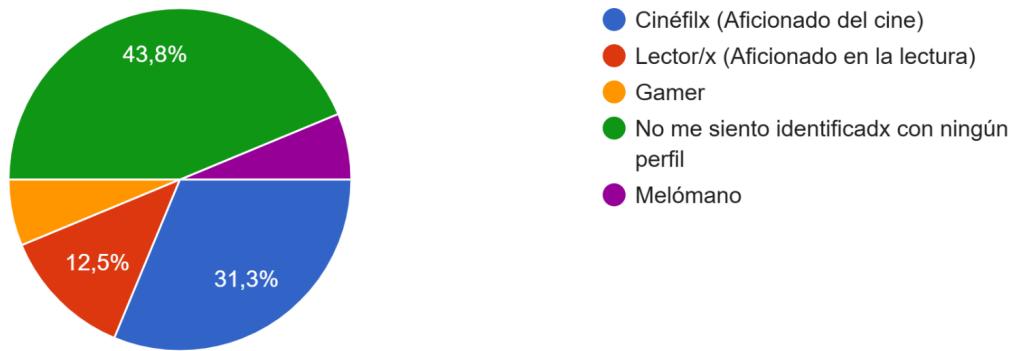
Por favor seleccioná la que consideres que utilizás con mayor frecuencia.

16 respuestas



¿Con cuál de estos perfiles te sentís identificado?

16 respuestas



**Lugo Rodriguez, N. (2018) Immersive Journalism Design Within a Transmedia Space (Cap. 5) en Exploring Transmedia Journalism in the Digital Age. Trad. Dominguez Halpern, E. para la Cátedra de Comunicación Transmedia, UBA.**

**Marie-Laure Ryan (2001)**

**Somalo, Ignacio (2020) Modelos de negocios digitales: Cómo y por qué las startups batén a las empresas tradicionales.** Editorial Planeta

**Teórico Estudio de audiencias: consumos audiovisuales en plataformas**

<https://comunicaciontransmedia.com.ar/2025/04/18/consumos-audiovisuales-en-plataformas-como-abordarlos-desde-un-estudio-de-audiencias/>

**Teórico Francisco, un Papa de la Era Digital: memorias, impacto y escucha social**

## **¿Conocés a Kshamenk?**

<https://comunicaciontransmedia.com.ar/2025/04/27/francisco-un-papa-de-la-era-digital-memorias-impacto-y-escucha-social/>

## **Teórico Periodismo Inmersivo: Transformar la noticia en experiencia vivida**

<https://comunicaciontransmedia.com.ar/2025/04/28/periodismo-inmersivo-transformar-la-noticia-en-experiencia-vivida/>

## **Teórico Robot journalism / Periodismo automatizado**

<https://comunicaciontransmedia.com.ar/2025/05/10/robo-journalism-periodismo-automatizado/>

## **Teórico Modelo de negocios para proyectos transmedia**

<https://comunicaciontransmedia.com.ar/2025/06/02/modelos-de-negocio-para-proyectos-transmedia/>

## **Teórico Modelos de negocio: identificando y versionando patrones**

<https://comunicaciontransmedia.com.ar/2025/06/07/modelos-de-negocio-identificando-y-reversionando-patrones/>

## **PPT Práctico 12/05**

[https://docs.google.com/presentation/d/1eh62xgbEUhcJzH2frvuXeZpKENI-TBqtKsQGKFVd760/edit?slide=id.g352243339ee\\_0\\_94#slide=id.g352243339ee\\_0\\_94](https://docs.google.com/presentation/d/1eh62xgbEUhcJzH2frvuXeZpKENI-TBqtKsQGKFVd760/edit?slide=id.g352243339ee_0_94#slide=id.g352243339ee_0_94)