

Premios Eikon 2025

Google Argentina & Mazalán Comunicaciones

Categoría: 02.03 Sustentabilidad en Educación - Argentina

Capítulo: General

Título del programa: Las Aventuras de Bartolito en Internet

Nombre de la compañía: Google Argentina

Departamento, área, consultora de relaciones públicas que desarrolló el plan:

- Gerencia de Comunicaciones de Google Argentina
- Consultora: Mazalán Comunicaciones (Área de PR)

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

- Responsables por la empresa:

Por Google Argentina:

- Sabrina Valls, Responsable de comunicación de YouTube y Producto, Google Argentina.
- Karina Szmulewicz, Gerente de Alianzas Estratégicas para YouTube Family & Learning.
- Tamar Colodenco, Gerente de Políticas Públicas y Asuntos Gubernamentales para Google en Cono Sur.

Por el El Reino Infantil:

- Roberto "Kuky" Pumar, CEO de Leader Entertainment.
- Paula Lavinia, Head of Publishing and Operations.
- Pablo Lacroix Director Digital.
- Ezequiel César Inzaghi, Chief Content Officer.

- Responsables **por la agencia:**

- Rocío Martínez Fernández (Directora de Cuentas para Google Argentina).
- Micaela Raina (Coordinadora de Cuentas para Google Argentina).

Introducción (planteo y diagnóstico)

Los hábitos digitales de los niños en la Argentina han evolucionado, creando un nuevo escenario donde muchos padres se sienten un paso por detrás en materia de seguridad. Esta brecha queda en evidencia con los datos de un estudio de Google llevado a cabo en 2022: mientras el 72% de los menores pasa entre 1 y 6 horas diarias en línea, un 40% de sus padres desconoce las herramientas de control parental para protegerlos.

Sin embargo, la clave para cerrar esta brecha de conocimiento la proporcionan los propios padres, ya que su interés por aprender es alto y tienen claro cómo quieren hacerlo: el 55% busca activamente informarse a través de videos en Internet.

Este panorama nos exigía una respuesta focalizada: el desarrollo de contenidos educativos en video que sean atractivos y efectivos. El objetivo era doble: enseñar a los niños a navegar de forma segura y, al mismo tiempo, empoderar a sus familias con la confianza y las herramientas que necesitan en el mundo digital.

Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Con este espíritu y guiados por los principios de nuestra plataforma destinada a enseñarle a los más chicos a navegar seguros en línea ([Sé Genial en Internet](#)), desde YouTube Kids nos aliamos con [El Reino Infantil](#), el canal infantil en Español (creado en Argentina) más visto en el mundo con más de 60 millones de suscriptores, para crear contenidos específicos que concienticen acerca del uso seguro, responsable y positivo de la tecnología para las familias.

Así, en febrero de 2024 nació “Las Aventuras de Bartolito en Internet”, una serie de 5 capítulos protagonizada por los famosos personajes de La Granja de Zenón, para que los niños y sus familias aprendan juntos a navegar por Internet de manera segura y entretenida.

El objetivo fue crear un espacio seguro donde los niños puedan aprender sobre el mundo digital. Y nuestro principal desafío para lograrlo fue comunicar los principios de Sé Genial en Internet de manera clara y entretenida, brindando información confiable y relevante.

Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

El primer pilar del proyecto fue una colaboración interdisciplinar estratégica que incluyó la alianza con El Reino Infantil y con Belén Igarzábal, Doctora en Ciencias Sociales e investigadora de FLACSO Argentina. Esta alianza fue fundamental para garantizar la calidad, credibilidad y alcance del mensaje.

Belén Igarzábal aportó una perspectiva académica y pedagógica crucial para la creación de los videos, asegurando que el contenido fuera adecuado y efectivo para la audiencia. La producción de la serie de 5 capítulos, “Las Aventuras de Bartolito en Internet” estuvo a cargo de YouTube Kids y El Reino Infantil.

Para enseñar los complejos conceptos de seguridad digital de manera divertida, se transformaron estos conceptos en historias protagonizadas por los queridos personajes de La Granja de Zenón. Cada episodio se basó en uno de los cinco principios de Sé Genial en Internet:

- Comparte con cuidado.
- No caigas en trampas.
- Protege tus secretos.
- Ser amable es genial.
- Si tenés dudas, preguntá.

Todo el contenido abordó historias cotidianas, entretenidas y fáciles de comprender para los más pequeños.

Evento: en febrero de 2024, abrimos las puertas de nuestras oficinas en Buenos Aires, Argentina, para llevar a cabo un evento interactivo donde asistieron más de 140 periodistas, líderes de opinión y creadores de contenido con sus familias para jugar y disfrutar de una proyección especial de la nueva serie. Hubo juegos y actividades interactivas: taller de arte, estación de preguntas y respuestas, tejo y un laberinto para “evitar hackers”. También entregamos más de 100 press kits con regalos especiales para los más chicos (una mochila de tela, una lunchera, un vaso de acrílico con sorbete y un block organizador diseñado con los personajes de La Granja de Zenón).

Difusión en medios: para darle mayor visibilidad al proyecto, compartimos con los medios un comunicado de prensa para contar el lanzamiento de la serie y coordinamos entrevistas exclusivas con voceras de Google y El Reino Infantil en los principales medios locales como Clarín e Infobae.

Amplificación en redes sociales: para generar expectativa y promover la seguridad en línea, llevamos a cabo una campaña en redes sociales. En Instagram, un personaje de la serie simuló un “hackeo” para enseñarle a los niños sobre el tema. Además, compartimos el lanzamiento en las cuentas oficiales de Google Argentina y el Reino Infantil de X, y los creadores que vinieron al evento compartieron de manera orgánica toda la experiencia desde sus perfiles.

Resultados

- El evento lanzamiento de la serie contó con 140 asistentes: 85 periodistas, líderes de opinión y creadores de contenido; y 55 niños y niñas que participaron en las actividades lúdicas.
- Los creadores de contenido generaron más de 70 publicaciones orgánicas en redes sociales, en su mayoría de plataformas como Instagram entre otras.
- Se generaron más de 40 publicaciones en medios Tier 1 que profundizaron en los mensajes clave de la campaña.
- ¡Durante la primera semana de nuestra campaña de lanzamiento la serie alcanzó más de 2 millones de visualizaciones!
- Al día de hoy “Las Aventuras de Bartolito en Internet” obtuvo más de 12,6 millones de visualizaciones.

Conclusiones:

La investigación realizada en 2022 nos permitió detectar las inquietudes y necesidades de las familias sobre el uso de internet por parte de niños y niñas.

Gracias a las alianzas estratégicas logradas, garantizamos la calidad, credibilidad y alcance del mensaje. El Reino Infantil nos permitió llegar a un público amplio y receptivo que incluso

traspasó las fronteras nacionales, y con Belén Igarzábal de FLACSO, pudimos aportar una perspectiva académica y pedagógica a la creación de los videos, fundamental para asegurar que el contenido fuera adecuado y efectivo para esta audiencia.

A través de personajes muy queridos y reconocidos por los más chicos, logramos llegar a millones de familias promoviendo valores fundamentales como la seguridad, la empatía y la responsabilidad en el mundo digital

El impacto del lanzamiento de Las Aventuras de Bartolito en Internet llegó también a medios de Chile, México y Perú. ¡Fue tan positiva la recepción de la serie a nivel global, que fue también traducida al Inglés y Portugués!