Premios Eikon 2026

Google Argentina & Mazalán Comunicaciones

Categoría: 7 - Comunicación Interna - Internacional

Capítulo: General

Título del programa: [Ñ]: La transformación multimodal de la comunicación interna en la era de la IA

Nombre de la compañía: Google

Departamento y área que desarrolló el plan:

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

Persona/s responsable/s del plan de comunicación:

- Responsables por la empresa:

  Por Google Hispanoamérica:

  - Erika Romay Flores, Gerente de Comunicación Interna para Hispanoamérica.
  - Florencia Sabatini, Directora de Comunicaciones para Hispanoamérica.
- Responsables **por la agencia desde Argentina**:
  - Florencia Cappelli (Directora de cuentas para Google Central Team).
  - Juan Bautista Vercelli (Coordinador de cuentas para Google Argentina).
  - Denise Rodecker (Ejecutiva de cuentas para Google Central Team).
  - Rocío Martínez Fernández (Directora de cuentas para Google Argentina).
  - Tatiana Tuozzo (Directora de cuentas para Google).

Introducción (planteo y diagnóstico)

En un entorno de trabajo donde la inteligencia artificial (IA) y la tecnología avanzan a gran velocidad, captar la atención de los más de 1400 empleados de Hispanoamérica se convirtió en una prioridad estratégica. Nuestra región integra los países de habla hispana donde

operamos, potenciando nuestro impacto desde oficinas en Argentina, Chile, Colombia, México, Perú, El Salvador y Estados Unidos (Miami).

A la par de nuestra diversidad geográfica y también etaria, contamos con una estructura organizacional matricial donde múltiples unidades de negocio no reportan directamente a nuestra líder regional, Adriana Noreña. Este escenario representaba un desafío crítico para generar un verdadero sentido de pertenencia. Por eso, las comunicaciones de Adriana debían ser una curaduría estratégica de historias, seleccionando y decodificando los hitos más relevantes para unir a toda la región bajo una misma narrativa que integre a todos los equipos.

Ante este panorama, nos preguntamos: ¿cómo destacar la comunicación interna en la frontera de la innovación con un estilo más directo y empático? La respuesta fue un nuevo canal interno multimodal y una plataforma construida con nuestra propia IA. No solo integramos herramientas como Gemini, NotebookLM, Veo3, Flow y Nano Banana para informar sobre innovación, sino que las convertimos en el motor de producción de cada contenido.

Y el objetivo fue claro: traducir información técnica en contenidos ágiles y fáciles de entender, garantizando que los mensajes clave lleguen a todos los equipos de manera simple y efectiva. Al mismo tiempo, potenciar el liderazgo auténtico en la compañía a través de Adriana Noreña, vicepresidenta de Google para Hispanoamérica, como “anfitriona”, líder-influencer de cada newsletter y protagonista de los contenidos audiovisuales, utilizando los códigos de comunicación que marcan tendencia en formatos como YouTube Shorts y otras redes sociales.

Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Con el propósito de romper la pared corporativa e innovar la comunicación interna, en marzo de 2025 creamos [Ñ], un nuevo canal de comunicación multimodal diseñado bajo una estrategia de triple impacto:

1. **Inspirar:** fortalecer el sentido de pertenencia y el orgullo por la cultura hispana, apoyándonos en un liderazgo humano que conecta desde la autenticidad.

2. **Informar:** decodificar hitos de negocio y datos complejos para transformarlos en mensajes directos, simples y memorables para los empleados.

3. **Impulsar:** acelerar la adopción de la inteligencia artificial mediante casos de uso tangibles, activando la mentalidad de crecimiento para seguir liderando el futuro de la IA en la región.

Ahora bien, **¿por qué [Ñ]?** Fue un acto de identidad en una empresa donde dominan las comunicaciones en inglés. **Ñ** es la única letra nacida en nuestro idioma y presente en la raíz de lenguas originarias como el quechua, el guaraní y el mapuche. Representa el orgullo de una región que no se traduce. Por eso, esta letra se convirtió en nuestro rasgo distintivo frente al teclado global y en un sello de confianza. Cuando un Googler la ve, identifica que el contenido es local y le pertenece.

Para que la información sea fácil de asimilar y se adapte al día a día del equipo, diseñamos una propuesta basada en estos formatos tácticos:

- **Contenido "*snackable*":** información clave y resultados de negocio condensados en piezas de alto impacto, diseñadas para un consumo ágil, efectivo y adaptado a los hábitos digitales actuales.

- **Estética dinámica:** lenguaje visual de creador de contenido, utilizando planos cercanos para humanizar el mensaje y acortar la distancia entre el líder y el equipo. La edición mantiene un ritmo ágil con títulos llamativos, transiciones rápidas y efectos de sonido que generan *engagement*.

- **Innovación en audio:** uso de podcasts generados con IA para transformar documentos complejos en contenido de audio para consumo *on-the-go*.

- **Liderazgo en primera persona:** Adriana Noreña es la voz y el rostro de cada entrega. No solo ella redacta y envía cada newsletter, sino que también protagoniza los videos donde, junto a líderes invitados de diversas áreas, decodifica temas estratégicos en menos de 3 minutos, bajando la visión técnica a un diálogo cercano, descontracturado y auténtico.

- **Liderazgo con el ejemplo:** tutoriales prácticos donde los líderes actúan como embajadores tecnológicos, demostrando el uso cotidiano de la IA y convirtiendo la teoría en acciones aplicables para todo el equipo, como la planificación de rutas con el Buscador con IA, la edición de fotos con el Borrador Mágico, la navegación en Maps con Live View, la creación de imágenes con Nano Banana o la verificación de seguridad con SynthID.

Para la estrategia visual adoptamos narrativas con un estilo directo, auténtico y con humor. Priorizamos una producción orgánica *in-house* realizada de manera presencial en nuestras oficinas para lograr una conexión real con las personas y evolucionar los formatos corporativos tradicionales. Esta agilidad es el resultado de una producción propia donde adoptamos el uso de nuestra IA, demostrando que estas herramientas ya son parte fundamental de nuestras maneras de trabajar.

Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

El pilar fundamental de [Ñ] fue la creatividad editorial, la innovación en la comunicación mediante el uso estratégico de la IA y la transformación de conceptos complejos de negocio e infraestructura en narrativas humanas, directas y claras.

El diseño de la newsletter potencia la identidad de marca mediante la paleta cromática de Google. La estructura visual establece una jerarquía clara: títulos de gran formato y subtítulos y bullets que guían la atención hacia los mensajes clave. Este formato facilita la integración de diversos recursos y contenidos según los objetivos de cada edición.

En la producción nos apoyamos en nuestra tecnología:

- **Gemini:** nuestro asistente estratégico para la redacción de 7 newsletters, 5 guiones y 1 *storyboard*. Esta herramienta facilitó la síntesis de información compleja y aseguró un tono consistente y ágil en todas las piezas narrativas.

- **NotebookLM:** esta herramienta, que procesa y analiza datos, la utilizamos para integrar múltiples fuentes de información técnica para crear guiones y newsletters. Además, nos permitió transformar contenidos complejos en un podcast dinámico para un consumo *on-the-go*.

- **Veo 3**: este modelo avanzado de IA para la generación de video nos ayudó a producir 15 video inserts para sumar a dos piezas audiovisuales.

- **Flow:** con este estudio creativo que consolida el poder de nuestra IA generativa para video y diseño, logramos maquetar y generar 3 videos con un impacto visual de alta calidad.

- **Nano Banana:** usamos este generador de imágenes para crear y editar 3 imágenes personalizadas para los contenidos del canal.

El conjunto de estas tácticas resultó en ocho ediciones de [Ñ], generadas en los últimos 15 meses:

- **Edición #1 - Lanzamiento y visión estratégica:** presentación oficial del canal y alineación con la visión estratégica de la región. El video inaugural, además de contar con el protagonismo de Adriana Noreña, tuvo la participación especial de Jeff Dean (científico jefe de Google y referente mundial en IA). En esta pieza se detalló el enfoque integral de la compañía (*full-stack approach*) y sus cuatro capas clave —infraestructura, modelos, plataformas y aplicaciones—.

- **Edición #2 - Inmersión en datos:** el objetivo fue dimensionar la escala de la región y visibilizar las oportunidades estratégicas bajo el concepto "Welcome to SPLA". A través de una Presentación de Google visual e interactiva, los empleados realizaron un recorrido por datos clave que evidenciaron el potencial de operar como una región unificada. Este formato no solo facilitó la asimilación de la información, sino que transformó la percepción de la dimensión operativa en una visión clara de crecimiento conjunto.

- **Edición #3 - 20 años de YouTube:** un video para celebrar este hito junto a la comunidad de SPLA y reconocer su impacto en la región. La producción fue realizada en espacios exclusivos con branding oficial para reforzar la identidad visual de la plataforma. En esta pieza, Patricia Muratori (vicepresidenta y directora de YouTube para Latinoamérica) y Sandra Jiménez (directora de Alianzas de Música para Latinoamérica) detallaron datos estratégicos mediante el uso de efectos visuales de alto impacto.

- **Edición #4 - Innovación en audio**: en esta edición explicamos la evolución estratégica del Buscador frente al avance de la IA. Diseñamos el formato como un resumen interactivo generado con NotebookLM. Este podcast, de 5 minutos, reflexiona sobre información clave de la compañía de una manera que facilita su consumo en cualquier momento del día.

- **Edición #5 - Infraestructura y futuro:** nuestro propósito en este número fue visibilizar la infraestructura global y propia (cables submarinos, centros de datos, chips e

investigación de vanguardia) como motor del *full-stack approach*. En un video, Adriana conversó con Cristian Ramos (director de Infraestructura para Google LatAm) para detallar cómo esta red de innovación impulsa el crecimiento de las economías locales. Para esta pieza generamos inserts visuales con Veo 3 para ilustrar la ingeniería de punta de la compañía.

- **Edición #6 - IA en la vida real:** a través de un video demostramos la utilidad práctica de la tecnología en situaciones cotidianas. Adriana recorrió el Parque Ibirapuera en San Pablo como una "turista local" y enseñó el uso de herramientas clave: el Buscador con IA para planificar un itinerario cultural personalizado, Live View en Maps para navegar con flechas de realidad aumentada en la calle, el Editor Mágico para eliminar personas de una foto y Nano Banana para añadir la imagen de su hija a un recuerdo del parque.

- **Edición #7 - Seguridad y ciudadanía digital:** en esta edición buscamos fomentar la responsabilidad digital en el marco del Día de la Internet Segura. En formato de video, Adriana compartió tres consejos prácticos para una navegación segura mediante el uso del método SIFT y herramientas como Family Link, para fortalecer la ciudadanía digital de manera sencilla.

- **Edición #8 - Liderazgo y campeonato *AI First*:** un video para celebrar la consolidación del equipo en SPLA, con la presentación oficial de Sebas Valverde y Juan Vallejo como Directores Generales de México y Argentina, y demostrar cómo la tecnología transforma la experiencia mundialista. Adriana Noreña reunió a los líderes de la región para mostrar el uso práctico de herramientas como Gemini, Vista Inmersiva en Maps y la cobertura en YouTube y el Buscador, sumado a la creación de contenidos interactivos mediante Google AI Studio y Nano Banana**.**

Para lograr estos contenidos y asegurar la calidad, contamos con la sinergia de los equipos de Tecnología, Producto y Liderazgo.

Conclusiones

La implementación de [Ñ] fue una respuesta exitosa a los desafíos de la comunicación moderna, logrando una humanización de la tecnología que trasciende lo técnico para conectar con las personas. A través de este canal, validamos nuestra estrategia de triple impacto:

1. **Inspirar:** logramos que el orgullo regional dejara de ser un concepto abstracto para convertirse en una identidad compartida a través de la “Ñ”. El liderazgo de Adriana Noreña evolucionó del comunicado corporativo a una conexión cercana que potencia el sentido de pertenencia en cada Googler, lo que se tradujo en feedback espontáneo donde destacaron el dinamismo, la calidad visual y el orgullo regional. Algunos ejemplos:

    - “Me encantó el video! Súper dinámico , en español, revisando la misión de la plataforma, con ejemplos de la región”.

- "¿Lo podemos llevar a las reuniones con clientes? Además, para nuestros clientes que no te conocen (a Adriana) directamente es una buena oportunidad de presentarte en un video".
- "Un debut extraordinario! Vamos con Ñ 🫶💪 con toda! 🔥🔥🔥".
- "Me gustó mucho este nuevo formato. Engaging, divertido, relevante, interesante. Me reí en varias partes :) Además, me dio ganas de seguir viendo".
- "Llegó Ñ!!! es espectacular".
- "Está súper el video. Buenas las tomas, la gráfica!".
- "Pero el video está muy bueno".
- "¡El VÍDEO! Wow 😳 alucinante!".
- "¡Qué buen video! quedó top 👍❤️".
- "¡Amé lo ágil que está Adri!".

2. **Informar:** transformamos la complejidad de los datos de negocio en narrativas ágiles y transparentes. La adopción de formatos "snackable" nos permitió asegurar que la información estratégica fuera accesible, clara y directa para todo el equipo en su día a día, **alcanzando una tasa de apertura del 83%** que superó todas las métricas anteriores.

3. **Impulsar:** activamos una verdadera mentalidad de crecimiento al liderar con el ejemplo. El uso de nuestra propia IA en la producción y la demostración de casos de uso prácticos aceleró la adopción tecnológica en la región, convirtiendo la innovación en una herramienta cotidiana.

   Este impacto permitió que [Ñ] trascendiera la comunicación interna para convertirse en un activo de posicionamiento estratégico: el especial de YouTube se utilizó en reuniones con clientes regionales, mientras que las cápsulas de "Turismo local" y "Seguridad digital" se amplificaron en el LinkedIn de Adriana Noreña. Al publicarse ante su comunidad de más de 34.000 seguidores, estos contenidos lograron un *engagement* orgánico y genuino. El video de "Turismo local", que muestra el uso de herramientas como Gemini y el Editor Mágico, generó **4.956 impresiones, 132 interacciones totales y un engagement rate de 2,66%**, mientras que la cápsula sobre "Seguridad digital" logró **2.738 impresiones, 67 interacciones y 2,44% de engagement rate.** Estos resultados confirman la calidad y la capacidad de las piezas producidas para funcionar como herramientas de liderazgo, transformando la narrativa interna en un testimonio tangible de innovación regional.

Finalmente, [Ñ] demostró ser un puente generacional. Al utilizar códigos visuales modernos y formatos multimodales, eliminamos las barreras de comunicación para conectar de forma real con el talento de todas las edades. No solo hackeamos el formato corporativo, sino que

alcanzamos un nuevo estándar de cercanía y eficiencia que fortalece nuestra cultura de innovación en Hispanoamérica.