

Doble galardón para Qustodio en El Chupete 2019 por su campaña #tenemosquehablar

En esta edición, enfocada en "Digital Kids", un total de 40 trabajos publicitarios fueron premiados de entre más de 400 proyectos inscritos. La plataforma líder en seguridad y bienestar digital para familias se hizo ayer con el Chupete en las categorías de Cine/TV y Digital

La campaña de televisión #tenemosquehablar de Qustodio ha sido galardonada por partida doble en la XV edición del Festival Internacional de Comunicación Infantil, El Chupete, por fomentar el bienestar digital en las familias y diálogo entre padres e hijos acerca de los riesgos que puede entrañar Internet. Concretamente, el spot de plataforma líder en seguridad y bienestar digital para familias se llevó el Chupete de "Medios de Comunicación, Publicaciones y Material Escolar" en la categoría Cine/TV y de "Campaña de Dispositivos Móviles" en la categoría Digital.

Marcas como Orange, Burger King, Famosa, McDonald's y Lego también fueron premiadas en unos galardones que este año han puesto su foco en "Digital Kids". En total, 40 trabajos publicitarios fueron los que pudieron llevarse a casa "su Chupete" de entre más de 400 proyectos inscritos. Todos ellos han sido evaluados por un jurado de expertos compuesto por profesionales como: Alicia Ortega, directora de Marketing de CHICCO; Franco Martino, director de Marketing de Ferrero; la actriz y presentadora de TV Mónica Aragón; Juan Carlos Díaz-Martínez, director de Marketing de LaLiga, o Carlos Jean, músico y Head of Music en OgilvyES, entre otros.

El objetivo de estos galardones, celebrados ayer en el Círculo de Bellas Artes de Madrid, es reconocer a la mejor comunicación infantil en las 19 categorías, además de convertirse en una jornada de reflexión social y tecnológica, donde se fomenta el trabajo en equipo y la responsabilidad de las partes implicadas en este sector.

La campaña #tenemosquehablar, llevada a cabo de la mano de la agencia Full Circle Karma, se engloba dentro del estudio "Familias hiperconectadas: el nuevo panorama de aprendices y nativos digitales", en el que Qustodio reveló que los niños españoles de entre 12 y 17 años pasan más horas al año conectados a Internet que en el colegio. "Estamos muy orgullosos de este galardón ya que reconoce el esfuerzo que hemos hecho con esta campaña y pone en valor su objetivo final, que no es otro que concienciar a las familias sobre la importancia de hablar acerca de Internet y mejorar la seguridad y el bienestar de los menores en el entorno digital", afirma Manuel Bruscas, vicepresidente de Producto en Qustodio.

Estos reconocimientos se suman al recibido recientemente en la IV edición de los Premios El Mundo 'Zen' Adecco, donde la compañía se hizo con el 2º Premio al Mejor Proyecto Emprendedor por su apoyo al uso responsable de Internet y las pantallas de los más pequeños. Además, en enero de este mismo año también fueron premiados como Mejor Producto Digital B2C 2018 en la I edición de los Product Hackers Awards, por su diseño intuitivo y su preocupación por proveer de información a las familias acerca de lo que sus hijos hacen en el mundo digital.

Se puede ver el vídeo de la campaña #tenemosquehablar de Qustodio aquí.

Datos de contacto:

Redacción

91 411 58 68

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Tecnología](#) [Emprendedores](#) [Digital](#) [Niños](#)

NotasdePrensa

<http://www.notasdeprensa.es>