

Creatividad de oro: gana mexicana León de Oro de publicidad en Cannes



Crear **conexiones** entre **personas y marcas** es a lo que se dedica la mexicana **Paola Escalante**; esta experiencia la llevó a ser parte de la campaña que le dio a **México el máximo reconocimiento** en el festival **Cannes Lions 2019**.

La joven, egresada del **Tec de Monterrey**, ya suma **11 años** en **áreas creativas**; desde hace más de **dos años** es **gerente de creatividad** en **The Zoo**, consultora de Google que realiza proyectos con marcas.

The Zoo y **Aeroméxico** unieron esfuerzos para crear la [campaña "Personas son destinos"](#), que obtuvo un **León de Oro** en la categoría **"Brand Experience & Activation"**.

El equipo de The Zoo liderado por Paola y la agencia de Aeroméxico trabajaron juntos.

*"Fue una **campaña de personalización** pensada para esas **personas que viajan para encontrarse con alguien: familia o amigos**", explicó la egresada de comunicación del campus Estado de México.*

"En vez de viajar de la Ciudad de México a Nueva York ahora viajas de Paola a Sergio", añadió.

Paola señaló que se **invertieron aproximadamente 2 años** en **realizar la campaña**, que involucró la conexión de la plataforma de la aerolínea con la API de Google Places, para brindar una personalización a los usuarios de su experiencia.

*“No sería posible nada de lo que pasó, si absolutamente ninguna de las **más de 50 personas que estuvimos involucradas** no hubiéramos tenido la pasión que le echamos y trabajado tan de la mano”,* aseguró.

La campaña se realizó a través de la plataforma de Aeroméxico. width="1117" loading="lazy">

SU EXPERIENCIA EN EL MUNDO DE LA PUBLICIDAD

Desde hace dos años y medio Paola trabaja en **Google México** liderando proyectos de publicidad y marketing, aliándose con agencias de publicidad y áreas creativas de compañías que requieren los servicios de **The Zoo**.

*“Me toca **coordinar a los equipos internos en Google, al equipo creativo** -que es como un equipo consultor para agencias- y también coordinar los proyectos con mis partners de otras agencias”,* describió.

*“Como líder de proyecto **la responsabilidad es que las cosas sucedan** y que las ideas no se deformen”,* añadió.

Este **León de oro** se suma a otra distinción internacional que ha obtenido Paola, pues en el 2016 recibió el **Cyber León de Oro** por la campaña "Color Maps" que realizó cuando trabajaba para **Comex**.

“Está muy padre cuando te lo reconocen, pero está más padre la satisfacción de que a la campaña le vaya bien y que para los usuarios sea relevante”. expresó.

Paola Escalante, egresada del Tec de Monterrey, trabaja en The Zoo, agencia de Google México width="1207" loading="lazy">

"Como líder de proyecto la responsabilidad es que las cosas sucedan"

CONTAR HISTORIAS, EL ARTE Y LA AYUDA SOCIAL

La joven mexicana encuentra en la publicidad una forma de generar conexiones entre las personas.

*“La publicidad te permite **contar historias que sean relevantes** para los consumidores, donde el pretexto es un producto y servicio; y **formar cultura**, ahora más que nunca con toda la relevancia de las plataformas digitales”,*

De su formación en el **Tec de Monterrey** comparte que fue donde adquirió las bases para su desarrollo profesional.

*“Mi **liderazgo, trabajo en equipo, innovación**, todo el tema de **tecnología** viene del Tec, trabajar en muchas cosas al mismo tiempo”, consideró.*

Su gusto por las artes también ha sido parte fundamental para desenvolverse en el mundo de la publicidad, comparte.

*“A mí siempre me gustó mucho la **música** y las **artes escénicas**, hice **teatro profesional** un año, de hecho, empecé a hacer teatro cuando estaba en el Tec, estuve en **Difusión Cultural** e hice varias obras”,*

Paola Escalante es egresada de la carrera de Comunicación por el Tec de Monterrey width="800" loading="lazy">

Además de su carrera profesional como gerente de creatividad, Paola tiene un proyecto personal con el que busca tener impacto en el desarrollo de las niñas mexicanas: [Tümu](#).

*“Es una plataforma que **promueve las experiencias vivenciales con las niñas** para motivarlas a que cumplan sus sueños, que sean la mejor versión de ellas mismas”, señaló,*

El proyecto recibe su nombre de una **palabra otomí que significa mariposa**, explicó la creativa, tñmu es el momento en el que una oruga se convierte en mariposa al romper el capullo con las alas.

“Es una analogía porque las adolescentes tienen un momento de quiebre cuando están más chavitas, cuando se empoderan para seguir adelante con la carrera que quieren tomar o se echan para atrás, muchas veces por el contexto”, puntualizó.

LEE TAMBIÉN: