



Por **Mauricio Jemal**, Productor Ejecutivo de Shooters Films

Evolucionando con la industria

Mauricio Jemal habla sobre el presente de la productora e ilustra el escenario actual del mercado estadounidense y sus desafíos, así como también la realidad de la industria mexicana, donde también tienen oficinas.

Lo que dejó el 2017

Fue un muy buen año para nosotros, pero sí se sintió mucho la incertidumbre por el Efecto Trump. Algunos de los anunciantes, al buscar eliminar costos y ser más eficientes, optaron por mantener todo bajo un mismo techo. Un ejemplo de esto fue AT&T Latino que movió sus operaciones a Los Ángeles y, al hacer esa movida, se llevó muchos de sus proyectos a productoras del mercado general. Otros fueron más cautelosos con sus presupuestos y su postura fue la de esperar y ver. Esta tendencia también trabaja a la inversa. Mucho del trabajo creativo para ambos mercados sale de agencias hispanas vanguardistas y relativamente pequeñas, como We Believers y Anomaly. Pero las agencias hispanas grandes no se quedan atrás y luchan por su identidad y propósito en este mercado cambiante. No se puede negar que, con el Efecto Trump, como hispanos, todos nos sentimos agredi-

dos, pero no vencidos, porque de la adversidad nacen nuevas oportunidades y retos. En Shooters, tenemos un equipo profesional que se adapta a cualquier tipo de proyecto. Además, contamos con nuestro propio equipo de grip & lighting del más alto nivel, porque somos dueños de CineMills Texas, algo que nos hace súper competitivos; ya que tenemos nuestras propias cámaras y lentes, así como un gran equipo de edición y corrección de color también.

Desafíos para México y Estados Unidos

Ambos mercados están tratando de adaptarse a las nuevas tendencias y medios de comunicación, como las redes sociales, que cada día revolucionan el mercado. Los hábitos de los millennials y centennials están cambiando la manera en que les anunciamos y esto obliga a las agencias y las productoras a nadar o ahogarse. El reto principal para las

productoras será ver qué tan rápido pueden responder a las necesidades de las agencias digitales y tradicionales. Las que no puedan estar a ese nivel desaparecerán.

Ventajas tecnológicas

Los avances tecnológicos y las tendencias hacia las nuevas tecnologías como realidad aumentada y realidad virtual, nos abren nuevas oportunidades de producción, especialmente porque el hispano está abierto a probar y adoptar la tecnología en sus hábitos diarios. Podemos ver cómo Snapchat, con sus filtros, está volteando de la cabeza al mundo de realidad aumentada, y eso es solo el principio. Se pronostica que tanto RV como RA serán la norma para los anunciantes en 2022. Muchos de ellos están adoptando la RV para vender sus productos. Los deportes también aprovechan esta herramienta. Este Super Bowl se jugó en gran parte promocionando esta tecnología con sus suites virtuales en donde se podían ver highlights en realidad virtual 360°. La NBA también está adoptando esta tecnología y pronto podremos estar en el juego sin realmente estar presentes. El futuro es muy brillante para las agencias y productoras que sepan aprovechar esta oportunidad. Ya varios anunciantes a nivel mundial están produciendo piezas en RV como lo hizo Pepsi por primera vez en el Super Bowl, recreando el icónico comercial de Cindy Crawford de 1992 y otro de Jeff Gordon de 1998.

El futuro de la publicidad

Los avances tecnológicos están cambiando todo el panorama. Otra tendencia son las compras virtuales. Mucha gente elige comprar de esa forma, lo que ocasiona que varias empresas físicas cierren tiendas y abran Fulfillment Centers para poder alimentar la demanda. Un ejemplo reciente es Sam's Club y H&M. El Experiential Marketing también está cambiando cómo los consumidores se relacionan con los productos. Algunos estudios han mostrado que las consumidoras latinas prefieren ir de compras en tiendas reales y también prefieren interactuar con los productos a través de activaciones. **LS**



Turn07 (Chicago). A: Jack Daniels. P: Old No. 7. Ag: Latinworks. Dgc: Gabriel García. Dc: Alejandro Egozcue. R: Edgar Mireles. Pa: Shooters Films. D: Pelon Brothers. Pe: Mauricio Jemal. Pp: Beast Editorial. S: Mono Studios.