

STRATEGY
INTRODUCING

BUZZING

IN POP-CULTURE

MARZO - 2025

D14S



TOPIC 🍌

CINEMATIKTOK

statista

92%

De los GenZ Latinoamericanos consume a la semana 1
película de forma desfragmentada en TikTok



***Cuando el craft se vuelve cultura, TikTok se transforma en un
escenario donde solo brilla la narrativa más atrevida.***

TOPIC 🍌

CINEMATIKTOK

Hoy, TikTok ya no es el patio de juegos de contenido improvisado: se ha convertido en un escenario cinematográfico donde lo efímero y lo espectacular convergen. Las nuevas generaciones exigen algo más que clips de aficionados, quieren sumergirse en historias con alma, estética y detalle. Es la era en la que mezclar el pulso lo-fi con la magia del cine deja huella y construye comunidad. En este campo de batalla hipercompetitivo, el craft es la llave que abre la puerta de la relevancia. Quien no eleve su narrativa en TikTok, quedará atrapado en el mar de las pantallas indiferentes.

Agencias:

Si en TikTok solo piensan en el craft "orgánico" o en el "vamos a hacer un comercial que no parezca comercial" cada vez más se alejarán de lo que en verdad deben provocar:

Convertir cada campaña en una experiencia visual adictiva, ya que al no hacerlo, están condenadas a ser parte del ruido.

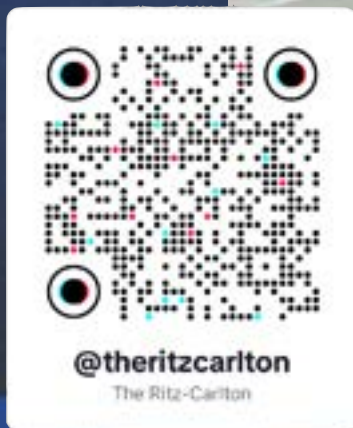
D14S



RITZ CARLTON

Del lujo clásico al micro-blockbuster moderno: Ritz Carlton le pone alfombra roja al scroll

Ritz Carlton entiende que en TikTok no basta con solo contar; hay que encantar. Sus cortometrajes son la evidencia de que el lujo puede hablar el lenguaje de las redes sociales sin perder un ápice de sofisticación, convirtiendo cada visión en un encuentro cinematográfico.



SALOMON

Entre susurros y bibliotecas, Salomon convierte un simple paso en un viaje visual imperdible

Salomon subvierte la idea de la velocidad y la convierte en un susurro que invade TikTok. Transformar la adrenalina en un ambiente de biblioteca cautiva a quienes buscan un giro inesperado, demostrando que la potencia también puede ser sutil y elegante

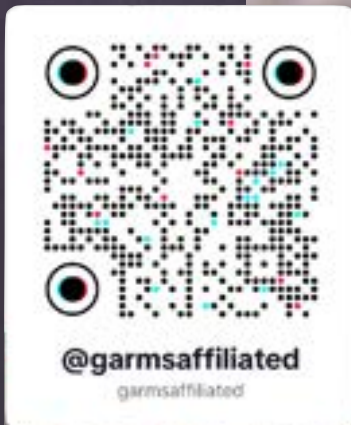




GARMS AFFILIATED

Historias fugaces y cinematográficas: así GA seduce a la Gen Z con mini-relatos que conquistan

Ritz Carlton entiende que en TikTok no basta con solo contar; hay que encantar. Sus cortometrajes son la evidencia de que el lujo puede hablar el lenguaje de las redes sociales sin perder un ápice de sofisticación, convirtiendo cada visión en un encuentro cinematográfico.

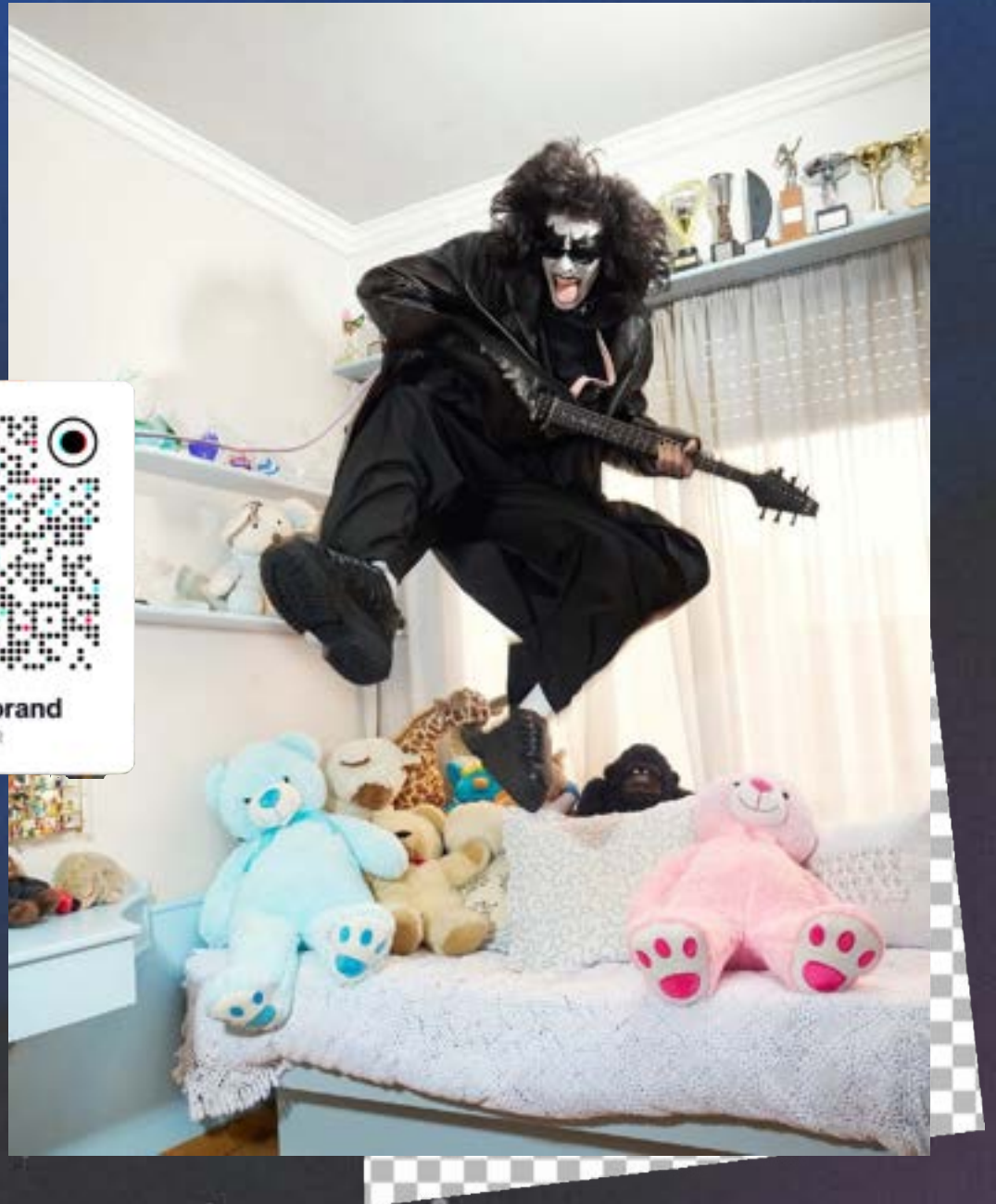
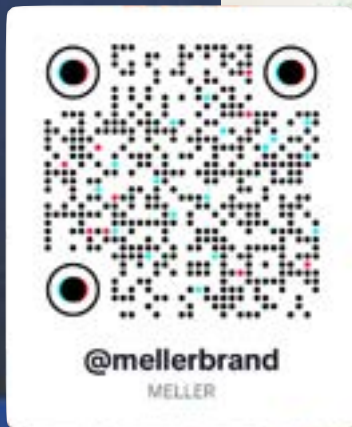




MELLER

Con humor y producción impecable, Meller prueba que la moda también puede ser un espectáculo que hace sonreír

Meller hace de cada colección un espectáculo que combina ingenio y calidad visual. Entre memes y planos cuidados, transforman un simple accesorio en una experiencia que no solo se mira: se disfruta.

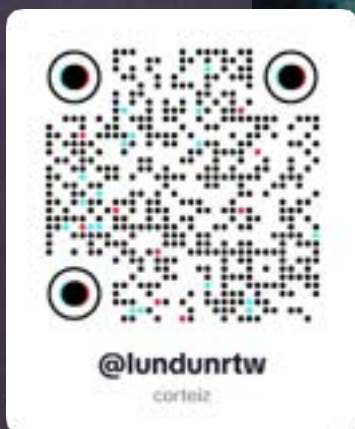




CORTEIZ

Corteiz no es solo streetwear; es un ritual cultural que combina consistencia y narrativas que atrapan.

Corteiz convierte cada campaña en un acontecimiento cultural que fusiona estética y culto urbano. Su dedicación a la calidad les corona como referente para quienes ven en el streetwear no solo ropa, sino un universo que exige ser contado.





HACK THE FACT

Si el 92% de la Gen Z ya devora películas 'capítulo a capítulo' en TikTok, ¿cuánto tardarás en convertir tus historias de marca en el próximo blockbuster visual?

Hoy, no basta con lanzar contenido improvisado: la creatividad y el craft son los pasaportes para romper el algoritmo y conquistar las pantallas de una generación hambrienta de experiencias memorables.

AVISO LEGAL SOBRE EL DERECHO DE ESTA PROPUESTA.

· Todos los derechos del contenido incluido las imágenes, textos, ilustraciones y programas informáticos ("Contenido") son propiedad de CATORCE DIAS S.A. de C.V conocida como CATORCE DIAS. Todos los elementos, incluyendo sin limitaciones el diseño general y el contenido están protegidos por las leyes de la Propiedad Intelectual y de la Propiedad Industrial.

· Ninguno de los elementos incluidos en el presente material podrá ser utilizado para ningún uso publicitario, promocional, editorial o cualquier otro uso que implique una aplicación comercial, sea remunerada o no.

· Ninguna de las imágenes, diseños o contenidos podrán ser utilizados para licenciar, vender, publicar y distribuir ya sea en parte o en su totalidad, ni podrán ser colocados en otro sistema informático de ninguna clase para ser distribuido en un formato susceptible de descarga, FTP o similares.

· Cualquier uso del contenido sin autorización previa por parte de CATORCE DIAS S.A. de C.V. (CATORCE DIAS), constituye una infracción de los derechos de propiedad intelectual, lo que permite a CATORCE DIAS S.A. de C.V. (CATORCE DIAS), ejercer todos los derechos otorgados por la legislación aplicable en estos casos.

© CATORCE DIAS S.A. de C.V. Todos los derechos reservados.

D14S®

MIEMBRO DE:

AMAPRO

a-v-e

iab.

CC
Círculo Creativo

POWERED BY



WALLACE&DARWIN

D14S

D14S^{col}

 D14S

BOOK

dci.

prozi