

CALENDÁRIO

CULTURAL

BRASILEIRO

COMO — USAR

ESSE

Utilize esse calendário como um checklist para considerar temas, datas e assuntos culturais ao longo do ano, para se antecipar e planejar com confiança.

MATERIAL

2026 será um ano intenso para os brasileiros:

entre Copa do Mundo, Eleições Gerais e tensões culturais, planejar campanhas exigirá sensibilidade e visão estratégica.

Este calendário reúne datas e acontecimentos

previsíveis para apoiar profissionais de comunicação na antecipação de cenários e decisões.

Cada insight traz implicações para diferentes indústrias e territórios, além de prompts customizáveis para explorar possibilidades com sua IA corporativa de preferência.

Seja uma grande marca ou um pequeno negócio, vale investir tempo neste exercício para começar o ano com tudo mapeado.





01. Metodologia

02. Mês a mês

03. Prompts

04. Fontes

05. Créditos

METODOLOGIA

Importante:
este material não é um oráculo! Eventos podem mudar de impacto por fatores imprevisíveis, como uma celebridade do futebol envolvida em polêmica, adiamentos de eventos, ou uma data tradicional que gere controvérsia pela primeira vez.

Por isso, monitoramento contínuo e leitura cultural são essenciais.

Esta curadoria foi desenvolvida para acompanhar datas e eventos do calendário, mas principalmente aplicar insights relevantes para cada negócio, de modo que o planejamento seja eficaz. Criamos com base em:

Desk Research: análise de relatórios de tendências, comportamento do consumidor e histórico de engajamento em diferentes plataformas, além de relatórios culturais e calendários de plataformas (ex.: TikTok e X).

Inteligência Artificial + Validação Humana: uso de IA para identificar padrões emergentes, prever picos de atenção e sugerir conexões entre temas, com revisão crítica humana e *fact checking* para garantir consistência e relevância dos insights.

Ferramentas de Monitoramento: pesquisas via Stilingue e Google Trends para mapear padrões de busca, notícias, menções e sentimentação, garantindo leitura contextualizada.

LEGENDA

ALCANCE (Popularidade do evento):



MAINSTREAM

Grande audiência e alta cobertura (ex.: Carnaval, Copa do Mundo).



MÉDIO

Datas relevantes para alguns, mas não universais (ex.: Dia do Consumidor, Lollapalooza).



NICHADO

Para comunidades específicas, ainda que massivas (ex.: CCXP, Dia do Orgulho Lésbico).

BRAND SAFETY (Risco de polêmicas):



SEGURO

Temas amplamente aceitos, baixo risco de polarização.



ATENÇÃO

Pode envolver debates culturais e sociais, avaliar com cautela.



TRETA!!!

Alta chance de polarização ou sensibilidade.

JAN EIRO

Kickoff com Cinema e BBB

O primeiro mês do ano tem ritmo de otimismo e organização: brasileiros equilibram contas e retomam rotinas, enquanto CNPJs entram em fase final de planejamento.

No radar cultural, Grammy, BBB e festivais de verão dão o tom, além do recomeço, finalmente, dos campeonatos de futebol.



QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
01. QUI	Confraternização	Datas			Ano novo/Feriados
06. TER	CES 2026 (<i>Consumer Electronics Show</i>)	Tecnologia & IA			Entretenimento
08. QUI	Festivalzinho (SP)	Música			Evento
11. DOM	Globo de Ouro	Entretenimento			Premiação/Cinema
12. SEG	BBB 2026	Entretenimento			Reality Show
12. SEG	'Coração Acelerado'	Entretenimento			Novela
17. SAB	Final Kings League	Esportes			Fut7/Final de campeonato
19. SEG	Women's Tennis Association (WTA)	Esportes			Tênis/Campeonato
24. SAB	Festival de Verão Salvador 2026	Música			Regional/Música
28. QUA	Brasileirão Série A	Esportes			Campeonato BR
30. SEX	Planeta Atlantida	Música			Festival



JAN EIRO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O clima de réveillon já ficou para trás. BBB bombando com nova temporada, o Globo de Ouro consagrando produções antes do Oscar, e o verão aquecendo as conversas. Janeiro exige uma narrativa de marca e estratégia de mídia como qualquer outro mês mas com intenção extra: reconectar motivos e valores da marca de modo que capture a retomada de rotina e atenção.

INSIGHTS DA TEMPORADA

No ano passado, o brasileiro buscou de tudo, de BBB a 'o que é metanol'. Onde há busca, há comportamento, portanto considere esses sinais de interesse massivo para criar narrativas que retomem atenção.

Confira mais insights sobre as buscas de anos anteriores no Google [aqui](#).

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

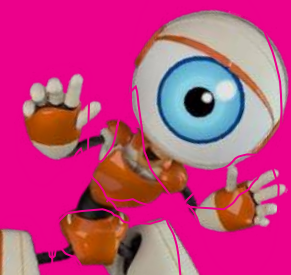
"Sou representante de uma empresa da indústria [ex.: *automotiva, financeira*] e quero começar o ano com um assunto que engaje e dê destaque para minha marca nas redes sociais. Com base no que outras marcas do meu segmento já fizeram em ocasiões semelhantes (campanhas premiadas e PR), sugira ideias criativas para posts e parcerias com influencers e celebridades que eu possa ativar."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

Marcas que apoiam arte e cultura, assim como as que endossam o futebol brasileiro podem falar, respectivamente, das premiações e campeonatos que estarão em voga.



Um dos reality shows mais comentados do Brasil está no ar, e seja sua marca patrocinadora oficial do BBB26 ou não, é possível referenciar o tema direta ou indiretamente para surfar no hype.



FEVE REIRO

Além do Carnaval, é um mês com assunto pra qualquer fandom: do entretenimento global (Grammy, estreias de filmes) e esportes bombando (Libertadores, Copa do Brasil e Superbowl) além de shows internacionais.

Abrace o que fizer sentido para sua marca!

Carnaval, Futebol & Superbowl

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
01. DOM	Grammy Awards	Entretenimento			Premiação/Música
03. TER	Copa Conmebol Libertadores	Esportes			Futebol
06. SEX	Jogos Olímpicos de Inverno	Esportes			Jogos Olímpicos
08. DOM	Superbowl & Show do Bad Bunny	Esportes/ Entretenimento			Futebol Americano e Música
12. QUI	'O Morro dos Ventos Uivantes'	Entretenimento			Cinema
13. SEX	Carnaval	Datas			Feriados/Festas
17. TER	Ano-Novo Chinês	Datas			Culturas Globais
18. QUA	Copa do Brasil	Esportes			Futebol
18. QUA	AC/DC (Show)	Música			Música
26. SEG	Tina Turner - O Musical	Música			Música/Teatro
26. SEG	'Pânico 7'	Entretenimento			Cinema

FEVE REIRO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

Desde o final da pandemia, o brasileiro passou a valorizar e frequentar com ainda mais afinco o Carnaval.

É importante lembrar que diferentes regiões brasileiras, faixas etárias, comunidades e classes sociais celebram o feriado ao seu modo, de forma que em 2026 os clichês narrativos podem/devem ser substituídos pelas particularidades de cada folião.

INSIGHTS DA TEMPORADA

Seja descansando em família, trabalhando em festas movimentadas ou farreando com as amizades, fevereiro é um período com *vibes* de celebração.

Pense nos diferentes jeitos que o seu público-alvo pode celebrar o momento e considere trabalhar com conteúdo, creators e CRM (newsletters e pushes) contextualizados para várias realidades.

PARA IR DO INSIGHT A IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Sugira ideias para copy e régua de CRM para minha marca de [XYZ], considerando demandas e oportunidades para dois targets durante o Carnaval: o público-alvo, que vai curtir a festa, e o target secundário para quem quer evitar sair de casa e prefere descansar no feriado."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Marcas que apoiam eventos conectados com Carnaval, futebol ou música podem ir além de "mostrar que estão lá" e completar a narrativa falando sobre a celebração, emoção e pertencimento com as comunidades envolvidas – ou seja, temas menos "autocentrados" na marca e muito em alta no período.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Mesmo sem patrocínio, é possível entrar no hype com conteúdo contextualizado: ative conversas sobre rituais do Carnaval (looks, playlists, dicas de viagem, gastronomia, drinks...) ou explore fandoms musicais e esportivos (Grammy, AC/DC, Superbowl ou futebol BR) e seja feliz!

MARÇO

E o Oscar de Março
fechando o Verão

Quando o tema não for o Brasil nos Oscars, a conversa cultural se divide entre um grande festival de música, estreias de TV e cinema, eventos globais de inovação como o SXSW, esportes em alta velocidade (F1, Nascar, FIA WEC) e mobilizações ligadas ao Dia da Mulher, uma das datas mais relevantes do calendário social.

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
01. DOM	Nascar CUP	Esportes			Stock Car / Corridas
06. SEX	F1 GP da Austrália	Esportes			F1 / Corridas
08. DOM	Dia da Mulher	Datas			Comemorativas
12. QUI	SXSW	Eventos			Eventos/Inovação
15. DOM	Cerimônia do Oscar	Eventos			Cinema / Moda
15. DOM	'Em Família '	Entretenimento			Novela / Reprise
15. DOM	'Juntas & Separadas'	Entretenimento			Séries de TV
16. SEG	A Nobreza do Amor	Entretenimento			Novela / Das 6h
19. QUI	Terror em Silent Hill	Entretenimento			Cinema/Terror/Games
20. SEX	Lollapalooza (SP)	Música			Festivais e Shows
24. TER	6ª Teia Nacional Pontos de Cultura (Edital)	Editais			Editais/Sustentabilidade
26. QUI	Cosmoproof Worldwide Bologna	Beleza			Eventos/Inovação
28. SÁB	FIA WEC Catar (Le Mans)	Esportes			Endurance / Corrida

MA RÇO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

A volta da 'soberba' brasileira, nossas indicações ao Oscar trará um clima de expectativa e orgulho. O Lollapalooza fala alto em timelines de marcas e fãs, o SXSW injeta tendências de inovação, e esportes de adrenalina (F1, Nascar, FIA WEC) atraem comunidades engajadas. Como sempre, campanhas e debates sobre Dia da Mulher podem ganhar enorme atenção, exigindo cuidado, autenticidade e ações que transcendem mensagens superficiais.

INSIGHTS DA TEMPORADA

Ótimo mês para abordar cultura, brasilidade, música, lifestyle e comportamento urbano.

Se sua marca opera em territórios como inovação, tecnologia ou tendências, o SXSW pode ser âncora para conteúdo.

Estreias e novelas estimulam conversas cotidianas, com alto potencial de memes e repercussão no cinema e TV.

PARA IR DO INSIGHT A IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Sou uma marca do segmento [XYZ] e quero aproveitar o [EVENTO seja Lollapalooza ou o SXSW] para gerar engajamento no TikTok da minha marca. Com base no que marcas do meu setor já fizeram em contextos similares [ex.: festival de música ou inovação], quais são algumas abordagens clichês e repetitivas muito usadas nesses eventos, para meu time de creators e criativos não repetirem a fórmula?"

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Empresas oficialmente conectadas com música, lifestyle jovem e cultura urbana podem reforçar presença com conteúdo em tempo real (ou não), falando de experiências presenciais, comunidades e conexões.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Ativando conteúdos sobre rituais de festival (looks, logística, playlists, hidratação, transporte), tendências e provocações do SXSW, fandoms de cinema, games e novela, além de falar para quem torce pela adrenalina em alta performance - F1, Nascar e FIA WEC.

ABRIL

Chocolate, SPArte e Metal 🙌

Mês de pluralidades culturais e cheio de ritos coletivos — tem de família (Páscoa), de fé (Sexta-Feira Santa), de cultura (Dia dos Povos Indígenas) e de fandom com festivais e cinema.

Algumas boas oportunidades para marcas que desejam conectar com temas simbólicos ou cotidianos.

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
02. QUI	'Super Mario Galaxy'	Entretenimento			Cinema / Games
03. SEX	Sexta-Feira Santa	Datas			Feriados
05. DOM	Páscoa	Datas			Feriados
08. QUA	SP Arte	Eventos			Eventos/Artes
09. QUI	'Casamento Sangrento 2'	Entretenimento			Cinema/Terror
10. SEX	Coachella USA	Música			Festivais e Shows
12. DOM	Hair Summit	Eventos			Beleza e Inovação
15. QUA	'Shrek – O musical'	Teatro			Teatro
19. DOM	Dia dos Povos Indígenas	Datas			Feriados
23 – QUI	'Michael – O filme'	Entretenimento			Cinema/Música
25 – SAB	Bangers Open Air – Festival	Música			Festivais/Shows
30 – QUI	'O Diabo Veste Prada 2'	Entretenimento			Cinema/Moda

ABRIL

Chocolate,
SPArte e Metal 🤘

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

Enquanto a Páscoa movimentava comércio e rituais familiares, a SP-Arte aquece o circuito criativo e inspira conversas sobre estética, arte e lifestyle premium.

Ao mesmo tempo, shows internacionais e estreias de séries/filmes voltam a ocupar timelines com força. Datas como Dia dos Povos Indígenas podem abrir espaço para debates profundos, exigindo de marcas sensibilidade e compromisso real — nada de greenwashing.

INSIGHTS DA TEMPORADA

A Páscoa e feriados permitem falar de rituais, encontros e pequenos prazeres.

Marcas especialistas podem refletir sobre a valorização de artistas indígenas, povos originários brasileiros e debates sobre iniciativas de preservação cultural, desde que com representações reais e colaborações legítimas.

Abril também é o primeiro mês com três feriadões cheios de oportunidades.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Quero que minha marca do segmento [XYZ] participe das conversas ligadas ao Dia dos Povos Indígenas. Antes de sugerir ações, analise como as pessoas estão falando desse tema hoje em dia (prioridades, debates, tensões). Com isso, traga oportunidades de conteúdo e ativações que fujam do óbvio e ajudem a marca a contribuir de forma relevante, contemporânea e alinhada ao comportamento das redes."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Marcas conectadas a arte, design, arquitetura, bem-estar ou alimentação premium podem usar SP-Arte ou Páscoa como plataforma para reforçar estilo de vida, curadoria, sofisticação e criatividade em diferentes modos de vida.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Marcas podem falar sobre estética, tendências visuais e "como a arte influencia o dia a dia" surfando na SP-Arte; Aproveitar Páscoa para falar de prazer, pausas, cuidado e momentos em família; Ou ainda, surfar em shows de rock/metal com humor e personalidade;

MIA

io

Exige sensibilidade na comunicação: enquanto grande parte do público vive celebrações afetuosas no Dia das Mães, outra parcela encara ausências, relações difíceis, lutos e outras experiências não-convencionais relacionadas ao maternar.

Tem muita oportunidade de entrar nos assuntos, mas também demanda nuance. É ainda um mês excelente para marcas interessadas em inovação, cultura pop e grandes fandoms, já que tecnologia, games, música e moda aparecem na temporada.

Datas para Mães, Geeks, Summits e Shows

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
01. SEX	Dia do Trabalho	Datas			Feriados
02. SAB	'Todo mundo no Rio'	Música			Festivais e Shows
02. SAB	Doja Cat – Ma Vie World Tour \ BR	Música			Show/Pop
04. SEG	Star Wars Day	Datas			Datas/Geek
04. SEG	Met Gala	Eventos			Eventos/Celebridades
06. QUA	Gramado Summit	Eventos			Eventos/Inovação
10. DOM	Dia do Empreendedor	Datas			Datas/Negócios
10. DOM	Dia das Mães	Datas			Datas/Feriados
12. TER	Cannes Film Festival	Eventos			Eventos/Cinema
14. QUI	'Deus Ainda É Brasileiro'	Entretenimento			Cinema/Nacional
14. QUI	'Mortal Kombat 2'	Entretenimento			Cinema/Geek
16. SAB	Korn – Latin American Tour	Música			Shows/Rock
19. TER	Visit Brasil Summit	Eventos			Eventos/Turismo
23. SAB	Festival Sarará 2026	Eventos			Festivais/Shows
30. SAB	Beauty Show	Eventos			Eventos/Negócios
30. SAB	Feira do Livro UNESP	Eventos			Eventos/Educação

MAIO



INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

Alto volume de produções veiculando com "storytelling emocional", portanto considere uma possível fadiga do tema "maternidade" entre seu target. Pico cultural em moda e expressão: O Met Gala movimenta conversas sobre estética, identidade e criatividade, excelente para marcas que atuam em lifestyle, estilo e comportamento.

INSIGHTS DA TEMPORADA

O Dia das Mães pode gerar tanto picos emocionais positivos quanto gatilhos sensíveis: leituras culturais e segmentação são essenciais.

Além do Met Gala que inspira o território fashion, o mês também tem eventos de tecnologia como o Granado Summit que puxam conversas sobre futuro, carreira, produtividade e empreendedorismo.

Maio é fértil para storytelling afetivo, especialmente para marcas que exploram lembranças, cotidiano, rotina, relações familiares e rituais.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Sou uma marca do segmento [XYZ] e quero trabalhar o Dia das Mães de 2026 em minha comunicação de marca, mas evitando estereótipos ou comunicações que excluam parte do público. Liste diferentes realidades e interpretações da data e, a partir disso, sugira caminhos de conteúdo e tom de voz que respeitem a diversidade e mantenham relevância cultural no mês de Maio."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Marcas ligadas a família, bem-estar e consumo podem criar histórias reais e plurais: retratos de diferentes celebrações íntimas, narrativas de rotina e afetos cotidianos, indo além dos clichês de "mãe perfeita".



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Mesmo sem relação direta com maternidade, sua marca pode aparecer com caminhos alternativos para a data, como mensagens que falem de cuidado amplo (consigo, com outros, com a comunidade); Ou ainda, ativar pautas de cultura geek, shows e cinema que acontecem no mês, equilibrando emoção com entretenimento.

JU NIHO

Copa! Namô's, São João e Orgulho pra Caramba

Alto potencial de conversas com São João, Namorados, Orgulho e Copa do Mundo na mesma timeline! Quando tantos mundos fervem na mesma timeline — gol, festa, causas, prêmios — o desafio não é fazer mais nem primeiro. É fazer bem feito. Marcas precisam navegar entre temas com inteligência, autenticidade e timing, escolhendo onde atuar sem tentar abraçar tudo ao mesmo tempo.



QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
03. QUA	São João de Campina Grande	Eventos			Festa Junina
05. SEX	RuPaul's DragCon	Eventos			Reality Shows/Drag
08. SEG	Web Summit Rio	Eventos			Inovação/Digital
08. SEG	Futurecom	Eventos			Inovação
11. QUI	Copa do Mundo FIFA – Início do Torneio	Esportes			Futebol
11. QUI	'Todo Mundo Em Pânico 6'	Entretenimento			Cinema/Humor
12. SEX	Dia dos Namorados	Datas			Comemorativas
14. DOM	Parada do Orgulho LGBTQ+ de São Paulo	Eventos			Datas/Orgulho
18. QUI	'Toy Story 5'	Entretenimento			Cinema/Animação
18. QUI	Summit de IA do Brasil, SC	Eventos			Eventos/Inovação
22. SEG	Cannes Lions	Eventos			Eventos/Publicidade
24. QUA	São João	Datas			Feriados
26. SEX	Festival do Boi (Parintins)	Eventos			Festividades/Regional

JU NIHO



INSIGHTS PARA PLANEJAR

Copa, clima de férias escolares rondando, festivais, cultura pop e tecnologia disputam atenção em tempo real. Ao mesmo tempo, São João abre portas locais: regionalização, comida, música, moda e diversão, com apelo emocional e visual. Enquanto isso, no mundinho da publicidade e marketing, Cannes Lions reacenderá debates sobre criatividade, propósito e, transparência.

INSIGHTS DA TEMPORADA

Copa movimenta emocionalmente o país, mas também pode gerar cansaço para algumas pessoas: nem todo mundo quer falar de futebol o tempo todo (leve isso em conta!).

Aproveite o auge das festas regionais: Parintins, Campina Grande, Caruar, além de Namorados como motivo para ativar presentes,, mimos e rituais de autocuidado.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

"Sou uma marca do segmento [XYZ] e quero participar das conversas sobre a Copa do Mundo em 2026, sem ser patrocinador oficial. Antes de sugerir conteúdos, identifique quais são os temas que realmente fazem sentido para o meu território e quais eu devo evitar para não soar repetitivo. Depois, sugira conteúdo social-first para minhas redes. Inspire-se no que grandes marcas fizeram em finais do Superbowl e outros campeonatos de grande audiência."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

Marcas vinculadas diretamente a futebol, mídia ou performance esportiva podem nadar de braçada com análises de jogo; rituais de torcida; reacts antes/depois das partidas; experiências ao vivo; narrativas de diversidade e inclusão no esporte.



Para marcas que querem participar da Copa sem forçar a barra: fale de emoção, comunidade, rotina da torcida, histórias e vida real, não do placar. Ative conversas sobre rituais juninos: culinária, música, estética, tradições regionais. Para o mundo tech: traga análises e "traduções" acessíveis das discussões de Web Summit, Futurecom ou Cannes.

JULHO

Entre blockbusters familiares, eventos globais de tecnologia e celebrações da cultura, o mês combina escapismo, criatividade e diversão, tudo com aquela energia de férias escolares que redefine os ritmos das conversas.

Férias, Friozinho e Final de Copa

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
01. QUA	InterCHARM Korea	Eventos			Eventos/Beleza
02. QUI	'Minions 3'	Entretenimento			Cinema/Infantil
02. QUI	'Shrek 5'	Entretenimento			Cinema/Infantil
02. QUI	'Rugrats e a Cidade Grande'	Entretenimento			Cinema/Infantil
02. QUI	'Homem-Aranha: Além do Aranhaverso'	Entretenimento			Cinema/HQ
02. QUI	Black Fashion Brasil	Moda			Moda/Cultura
06. SEG	Esports World Cup	Eventos			Gaming/eSports
07. TER	Tanabata Matsuri – Festival Japonês	Eventos			Datas/Cultura
17. SEX	'Moana – Um Mar de Aventuras – Live Action'	Entretenimento			Cinema/Infantil
19. DOM	Final da Copa do Mundo	Esportes			Esportes/Futebol
20. SEG	Festival de Dança de Joinville	Eventos			Dança/Regionais
28. TER	Dia do Agricultor	Datas			Comemorativas

JULHO



INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

Julho ativa o desejo coletivo de entretenimento confortável: filmes, streaming, comidinhas, frio, casa e experiências simples porém marcantes. O período é propício para conteúdos de rotina de férias, viagens curtas, descanso, autocuidado e relações familiares. Produtos sazonais ganham força: moda de inverno, beleza, gastronomia.

INSIGHTS DA TEMPORADA

As grandes estreias do mês de férias e a final da Copa do Mundo FIFA criam um pico natural de memes, fanarts, fandoms e conteúdo editorial inspirado pela cultura — perfeito para marcas que podem surfar storytelling.

Julho também tem vibe de “hibernação”, já que graças ao friozinho, boa parte do público quer descansar e se entreter.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

“Sou uma marca do segmento [XYZ], com tom de voz [X], e quero participar das conversas sobre os jogos decisivos na Copa do Mundo. Primeiro, liste quais são os pontos de conexão mais naturais entre o território da minha marca e a Copa. Depois, liste 5 ideias de conteúdo social-first. Inspire-se em cases de sucesso do TikTok, YouTube e Meta.”

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Marcas oficialmente parceiras de estreias e IPs podem usar narrativas que só um patrocinador tem: bastidores exclusivos, conteúdos “como foi feito”, POV de talentos, ou ativações que aproximem o público do universo da fantasia e dos grandes lançamentos.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Para marcas que querem participar sem patrocínio, o caminho é ser útil, divertido ou inesperado: entre no fluxo das férias, dos filmes, dos jogos e do frio com conteúdos que traduzam esses temas para o cotidiano.

AGO STO

Papis, Estreias & Kickoff Eleitoral

Ainda com alguma "ressaca" das férias, Agosto é um mês de memória, nostalgia e identidade familiar, muito impulsionado pelo Dia dos Pais.

Além disso, os debates das eleições prometem chacoalhar toda e qualquer timeline.

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
09. DOM	Dia dos Pais	Datas			Comemorativas
14. SEX	Festival Movimento da Cidade – Vitória, ES	Música			Música/Festivais
16. DOM	Início do período eleitoral	Política			Eleições
20. QUI	'Sobrenatural 6'	Entretenimento			Cinema/Terror
24. SEG	Febraban	Eventos			Finanças/Banking
26. QUA	Startup Summit	Eventos			Eventos/Inovação

AGOSTO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

Múltiplas narrativas sobre memória e identidade familiar, muito impulsionado pelo Dia dos Pais, o que possibilita falar dos diferentes tipos de relações possíveis com o "paternar".

Além das dinâmicas familiares, política estará em pauta como nunca, com o início do período eleitoral.

INSIGHTS DA TEMPORADA

O Dia dos Pais é uma data sensível e que permite representar diferentes vivências: pais presentes, ausentes, padrastos, famílias reconstituídas, pais solo, figuras paternas não biológicas, e até quem não celebra a data.

É fundamental entender qual lugar de fala sua marca possui nesse tipo de narrativa, e atentar para não reforçar estereótipos de masculinidade: o público tente da buscar por representações autênticas e humanas.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Minha equipe criativa criou o roteiro a seguir para uma campanha de Dia dos Pais. Quais são as possíveis problemáticas ou interpretações negativas que o público poderia levantar sobre essa história, considerando que minha marca é [DESCREVER QUEM É E COMO É A MARCA]? A análise deve observar representatividade, diversidade de paternidades, sensibilidade emocional, estereótipos, tom de voz e adequação cultural para conteúdos em redes sociais. [INSIRA O ROTEIRO AQUI]."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

As marcas que pretendem abraçar com grande visibilidade o tema central do mês – Dia dos Pais – devem mirar em ângulos genuínos, sensíveis e honestos sobre a paternidade, sem idealizações *hollywoodianas* que mais afastam do que convencem.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Mesmo que sua marca não tenha uma grande campanha tradicional de Dia dos Pais, é possível abordar com sensibilidade a intimidade familiar: conte histórias sobre pais e filhos, ou mire nas narrativas esportivas para conectar a emoção do período com o branded storytelling.

SETE VIBRO

Tem **Rock in Rio & Brasil** por todos os lados

Período com dois motores culturais: o Rock in Rio, que domina timelines com performances históricas, fandoms e conversas sobre moda; e o feriado da Independência, que ganha ares de Black Friday com a Semana do Brasil desde 2019.

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
04. SEX	Rock in Rio Festival 2026	Entretenimento			Festivais e Shows
05. SÁB	Beauty Fair 2026 São Paulo	Eventos			Beleza
07. SEG	Independência do Brasil	Datas			Feriados
07. SEG	Semana do Brasil	Datas			Varejo
12. SÁB	Coala Festival SP	Entretenimento			Festivais e Shows
17. QUI	Resident Evil –Live Action	Entretenimento			Filmes/Gaming/Terror
17. QUI	'Da Magia à Sedução -2'	Entretenimento			Filmes/Nostalgia/Magia

SETE VIBRO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

É um mês em com dois grandes eixos: o Rock in Rio, que domina timelines, pauta conversas sobre música, estilo, fandoms e experiência coletiva; e o 7 de Setembro, que deixou de ser apenas cívico para se consolidar como motor de consumo e atenção com a Semana do Brasil. É um mês em que o brasileiro curte grandes shows, mas também entra em modo "organizar a vida", aquecer planos e antecipar decisões antes da corrida de fim de ano.

INSIGHTS DA TEMPORADA

Festivais como o RiR seguem férteis para narrativas sobre comunidade, pertencimento, estética e comportamento.

Ao mesmo tempo, Semana do Brasil ativa um mindset mais funcional: comparação, escolha inteligente, planejamento financeiro e percepção de oportunidade.

Setembro também marca uma virada de chave: o público começa a olhar para o restante do ano com mais urgência. O "depois eu vejo" vira "agora vai".

PARA IR DO INSIGHT A IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Minha marca [DESCREVER QUEM É, COMO ATUA] quer desenvolver conteúdo para redes sociais durante o Rock in Rio. Antes de começar o brainstorm criativo com minha equipe, identifique as ideias mais óbvias de conteúdo com influências (como GRWM de festival, look do dia, reacts genéricos) e sugira alternativas criativas para minha marca co-criar com creators durante o evento."

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Para quem estará no Rock in Rio, o momento é ideal para criar pontos de vista únicos: bastidores, micro-histórias de fãs, recortes emocionais e afins. Explore o contraste entre presença física e presença digital: cada ângulo revela uma camada única do festival.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Para marcas que entram de forma orgânica, o caminho é registrar observações culturais inteligentes: o comportamento dos fãs, as trends visuais dos festivais, as manias da torcida, as rotinas que acompanham shows e partidas. Entre com humor, com "detalhes que só quem vive sabe", comentários visuais e formatos rápidos que se conectam ao mosaico cultural do mês.

OUTUBRO

Outubro é um mês de grandes eventos. Com as Eleições Gerais acontecendo, as opiniões podem estar mais quentes que nunca nas timelines. Para marcas que preferem narrativas seguras, não faltam datas moldando festas, posts e comportamentos.

Um mês onde > **tudo** <
pode e **vai** acontecer

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
04. DOM	Eleições Gerais (BR)	Política			Eleições
04. DOM	Oktoberfest	Eventos			Culturas
09. SEX	Brasil Game Show	Eventos			Gaming/Geek
11. DOM	Círio de Nazaré	Datas			Religioso
12. SEG	Nossa Senhora de Aparecida	Datas			Religioso
12. SEG	Dia das Crianças	Datas			Comemorativas
18. DOM	NBB 25/26	Esportes			Basquete
20. TER	São Paulo Fashion Week N62	Eventos			Moda
25. DOM	Eleições Gerais (BR) Segundo Turno	Política			Política
31. SÁB	Dia das Bruxas / Halloween	Datas			Comemorativas
< >	Outubro Rosa	Datas			Saúde

OUTUBRO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

É um mês sensível dado que as Eleições movimentam opiniões fervorosas por todos os lados.

Fora das urnas, tecnologia e cultura pop estão em alta, já que do Dia das Crianças ao Halloween há espaço para abordar a fantasia, humor, transformação e “mundos possíveis” com temas leves.

INSIGHTS DA TEMPORADA

Apesar da sensibilidade que as eleições trazem, o calendário “pop” de Outubro atinge um dos seus picos anuais: Halloween, BGS, lançamentos de games, estreias de cinema, início das conversas de Black Friday e eventos físicos como Oktoberfest.

Ao embarcar em algum dos temas, reforce o ponto de vista único da sua marca e seja criterioso: o que sua marca consegue fazer que o concorrente não conseguiria?

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

“Sou uma marca do segmento [XYZ], com tom de voz [X], e quero participar das conversas sobre [insira aqui o que faz sentido para sua marca, como HALLOWEEN ou BRASIL GAME SHOW]. Primeiro, liste quais são os pontos de conexão mais naturais entre o território da minha marca e a Copa.

Depois, liste 5 ideias de conteúdo social-first. Inspire-se em cases de sucesso do TikTok, YouTube e Meta.”

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Antes de ativar a presença em eventos (seja BGS, Oktoberfest, estreias de cinema...), pesquise o que seus concorrentes fizeram em edições recentes, seja presencialmente ou storytelling digital, e proponha-se a fazer melhor e maior. ;)



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Traga leituras visuais criativas inspiradas em fantasia, mundos paralelos, gamificação ou humor temático; Comente comportamentos: como o brasileiro vive Halloween, microestéticas, fandoms, “rituais de Outubro” no dia a dia; Ou ainda, abrace a relação que o Dia das Crianças tem com sua marca, seja ela qual for.

NOVE MIBRO

Culturas, Comunidades e Comprinhas

Vai do sensível ao comercial: reflexões profundas sobre ancestralidades, cultura e história convivem na mesma timeline com posts sobre lançamentos, promoções e novidades que movimentam o varejo.

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
01. DOM	Dia de Los Muertos	Datas			Comemorativas
02. SEG	Dia de Finados	Datas			Feriados
15. DOM	Proclamação da República	Datas			Feriados
19. QUI	Lançamento GTA 6 - Jogo	Entretenimento			Gaming/Geek
19. QUI	'Jogos Vorazes: Alvorecer na Colheita'	Entretenimento			Cinema
20. SEX	Dia da Consciência Negra	Datas			Feriados/História Afrobrasileira

NOVE EMBRO

Culturas, Comunidades e Comprinhas

INSIGHTS PARA PLANEJAR

O QUE ESPERAR DO MÊS

O hype de grandes lançamentos (como GTA 6) e estreias de cinema cria picos naturais de atenção, sem depender exclusivamente de ofertas.

Já a Black Friday dita o ritmo do comportamento de compra, mas o desejo foi construído ao longo de todo o ano.

Aproveite: o ano todo constrói para seus resultados, não só o dia da Black Friday!

INSIGHTS DA TEMPORADA

Com o clima de pré-dezembro, o público começa a projetar descanso, férias e rituais de verão.

Nesse contexto, entretenimento, streaming, cinema e games funcionam como válvula de escape, o que pode ajudar marcas a falarem dos seus produtos e serviços nesses contextos sazonais, e sem competir só por preço.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

PROMPT PARA EXPLORAR (ADAPTE CONFORME NECESSÁRIO PARA O SEU NEGÓCIO):

"Sou uma marca do segmento [XYZ] e quero usar a Black Friday para criar campanhas social-first que realmente conectem com meu target. Com base nisso, liste os principais insights sobre o que esse público mais precisa neste momento de compras (ex.: comparativos simples, listas inteligentes, guias práticos, memes sobre vida real)"

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

COMO PATROCINADOR OFICIAL:

Se sua marca entra na Black Friday, ajude o público a decidir melhor, não apenas a comprar. Oportunidade para conteúdos que traduzem critérios, rankings, bastidores e "por que isso vale a pena agora", conectando cultura e consumo sem apelar para urgência artificial.



COMO PARTE DO ASSUNTO:

Mesmo que sua marca não "comemore" a Black Friday, o período ainda pede por conteúdos que privilegiam reviews honestos, listas curtas e ofertas que aliviam a decisão. Aqui, marcas entram bem quando simplificam, traduzem ou brincam com a vida real, sem prometer milagre.

DEZE VEMBRO

O ano termina
e as memórias começam

Período marcante e ritualístico, bom para marcas que querem trabalhar memórias e perspectivas de passado, presente e futuro.

É tempo de revisões do ano, listas, retrospectivas e narrativas de esperança, com o varejo e o consumo emocional em alta, exigindo sensibilidade.

QUANDO	DATA	TERRITÓRIO	ALCANCE	BRAND SAFETY	SUBTERRITÓRIO
02. QUA	Final Brasileirão Série A	Entretenimento			Futebol
04. SEX	CCXP	Eventos			Geek/HQ/Pop
05. SÁB	Festival Primavera Sound São Paulo	Eventos			Festivais e Shows
06. SÁB	Final da Copa do Brasil	Esportes			Futebol
08. SEG	WSL Finals (World Surf League)	Esportes			Surf
24. QUI	Véspera de Natal	Datas			Feriados
25. SEX	Natal	Datas			Feriados
31. QUI	Ano Novo (Réveillon)	Datas			Feriados

DEZE MIBRO

INSIGHTS PARA PLANEJAR

Neste mês, conteúdos que funcionam como ferramentas rápidas (listas, planners, checklists) podem funcionar bem. Finais esportivas (Brasileirão + Copa do Brasil + W/SL) entregam oportunidades para narrativas de celebração, performance e bastidores. A timeline pode sugerir desde conteúdos fáceis de consumir entre uma atividade e outra, assim como formatos imersivos para quem está com mais tempo livre ao longo do mês.

INSIGHTS DA TEMPORADA

O mês reúne festivais culturais (CCXP, Primavera Sound), finais esportivas (Brasileirão, Copa do Brasil, W/SL), datas de ocasião e rituais de fechamento de ciclo. É um mês de múltiplos ritmos: consumo organizado, agenda social intensa, ideias de “reset” e muita busca por conteúdos práticos que ajudam as pessoas a fechar o ano do próprio jeito.

PARA IR DO INSIGHT À IDEIA...

“Quero criar conteúdos compartilháveis em Dezembro que usem humor observacional — aquelas coisas que todo mundo reconhece no próprio dia a dia. Liste situações, hábitos e pequenos absurdos típicos do mês, depois proponha formatos social-first que convertam essas situações em peças compartilháveis e alinhadas ao território da minha marca [XYZ], lembrando que o tom de voz de minha marca é [FALE UM POUCO SOBRE COMO A MARCA COMUNICA].”

PARA ENTRAR NAS CONVERSAS...

Mostrar bastidores, curiosidades ou cenas exclusivas da marca durante o patrocínio de grandes eventos e acontecimentos, em clima de recap (o que ajuda a relembrar grandes momentos ao longo do ano e não deixa-os esquecidos em posts antigos).



A marca pode explorar vivências comuns e conteúdos compartilháveis (checklists, dicas, rituais rápidos) com formatos social-first (comparativos, antes/depois, edições interessantes). O jogo aqui é traduzir isso para a identidade específica da sua marca, fugindo de clichês, mas considerando se há espaço para oferecer micro-soluções úteis

+I.A. PROMPTS

Esses prompts são atalhos para transformar ideias em ação. Use com qualquer IA de uso corporativo para gerar conteúdo, adaptar linguagem e planejar campanhas com mais agilidade e contexto. Adapte-os livremente para explorar possibilidades criativas, personalizar mensagens e inserir sua marca nas conversas do mês.

Como treinar seu robô



Para gerar ideias de posts:

"Inspire-se em cases de sucesso (fonte: <https://ads.tiktok.com/help/article/creative-best-practices?lang=en>) e crie 5 ideias de vídeo curto para redes sociais que conectem minha marca (descreva sua marca aqui) ao Carnaval em 2026, considerando diferentes interesses do meu público-alvo nesse feriado (dê exemplos do seu target, citando por exemplo: famílias religiosas, jovens quem prefere descansar)."

Para adaptar linguagem:

"Ouça o podcast a seguir e ajude a transformar em um post de LinkedIn com tom corporativo e cativante, mantendo a essência da mensagem"



Para pensar sobre um patrocínio:

"Eu sou uma marca do segmento [XYZ], cujo principal desafio é [por exemplo, construir preferência e visibilidade versus meu concorrente]. Quais são os prós e contras de eu centrar esforços de patrocínio ou consideração para o evento [XYZ]?"

Para pensar sobre uma data sazonal:

"Estou pensando sobre o plano de comunicação da minha marca em 2026 e quero fazer um brainstorm criativo sobre [data comemorativa aqui]. O que minha marca, que tem como valores [XYZ] poderia fazer na ocasião?"



CRÉDITOS

Este Calendário Cultural é resultado de um esforço coletivo.

Ele nasce da visão estratégica da liderança da iD\TBWA e ganha forma graças à colaboração integrada de diversas áreas: times e pessoas de Estratégia Criativa e Cultura & Insights, que conduziram pesquisa, análise e curadoria; as equipes de Criação, que traduziram conceitos em linguagem visual, editorial e social; além do suporte essencial de planejamento, mídia, operações, BI e produção, que garantiram consistência, insights e excelência em cada etapa.

O que chega até você é um trabalho construído a muitas mãos, refletindo o espírito multidisciplinar, colaborativo e divergente que define a iD\TBWA.

Agradecemos por todo o trabalho das pessoas envolvidas. ♥

Importante:

Aviso Legal — Calendário Cultural 2026 da iD\TBWA

Este documento é propriedade da iD\TBWA e foi preparado exclusivamente para fins informativos e estratégicos. O destinatário reconhece e concorda que os insights culturais, leituras de tendências, análises sazonais e recomendações estratégicas apresentadas neste documento são ilustrativas, não exaustivas e não licenciadas para distribuição pública, reutilização comercial ou divulgação externa.

Nem a iD\TBWA, suas afiliadas, nem seus diretores, executivos, funcionários ou agentes fazem qualquer declaração ou garantia, expressa ou implícita, em relação à precisão, integridade ou validade futura das informações fornecidas. Todos os sinais culturais, observações, datas e interpretações incluídos neste documento estão sujeitos a alterações com base em mudanças no comportamento público, plataformas, mercados e dinâmicas culturais em tempo real.

A iD\TBWA expressamente se isenta de toda e qualquer responsabilidade decorrente do uso deste documento, incluindo erros, omissões ou desenvolvimentos culturais subsequentes não contemplados aqui.

A iD\TBWA não assume nenhuma obrigação de atualizar, revisar ou corrigir as informações contidas neste documento após sua publicação.

Qualquer confiança neste material é de exclusiva responsabilidade do destinatário.

FONTES



TikTok Trends Report (2026):

<https://ads.tiktok.com/business/en/next-trends-report>

Report global do TikTok com insights sobre comportamento, assuntos em alta e apostas da plataforma sobre o que vai bombar ao longo do ano.



YouTube Global Trends and Reports (2025)

<https://www.youtube.com/trends/report/>

Estudos anuais sobre comportamento e consumo de conteúdo nas plataformas do YouTube. Ajuda a identificar antigas ou novas formas com que pessoas podem consumir seu conteúdo de marca.



TikTok SMB Calendars (2026):

<https://ads.tiktok.com/business/en/blog/2026-tiktok-marketing-calendars>

Insights globais do TikTok para pequenos negócios criarem com autenticidade ao redor do mundo em 2026.



X Marketing Calendar (2026):

<https://business.x.com/en/resources/x-marketing-calendar>

Um dos calendários mais completos de marketing 2026, reúne as principais datas globais e algumas locais ao longo do ano.

Na iD\, acreditamos que para ouvir a cultura é preciso sintonizar em diversas fontes. Cada plataforma tem seu papel no cotidiano do target, por isso estudamos todas, de modo agnóstico.

CALENDÁRIO

CULTURAL

BRASILEIRO