

COBERTURA
ESPECIAL

FAST @ BRASIL



CANNES LIONS

LIONS BRIEFING 2026–2027

Os 7 Territórios Criativos de Valor



Conteúdo

<u>Introdução e Modo de Uso</u>	<u>3</u>
<u>1. Humanidade Plena</u>	<u>5</u>
<u>2. Cultura Viva</u>	<u>9</u>
<u>3. Essencialismo Estratégico</u>	<u>13</u>
<u>4. Risco Consequente</u>	<u>16</u>
<u>5. Criatividade Tecnológica</u>	<u>20</u>
<u>6. Arquitetura de Futuros</u>	<u>23</u>
<u>7. Rigor Sensorial</u>	<u>26</u>
<u>Heat Map</u>	<u>30</u>
<u>Os Códigos Criativos do Cannes Lions 2026–2027</u>	<u>31</u>

Introdução e Modo de Uso

Os 7 Territórios Criativos de Valor são agrupamentos semânticos extraídos do corpus do Cannes Lions 2026: os *video-cases* e as peças dos 35 Grand Prix, as falas e justificativas técnicas dos presidentes de júri e os formulários oficiais de inscrição assinados pelas empresas premiadas.

O processamento* dessa massa de informação revela a direção criativa do ano, organizada em sete territórios criativos, cada um com um núcleo semântico, um vocabulário dominante, modos de ação, modos de impacto e modos de valor.

Mais do que categorias de análise, os territórios são ferramentas de trabalho. Podem orientar o desenvolvimento estratégico e criativo ou ajudar a reenquadrar projetos que já estão em andamento. Cada um propõe uma forma de pensar e critérios próprios para avaliar a qualidade da execução criativa.

Como usar os territórios criativos

- 1. Direção Estratégica:** No início de um projeto, ajudam a definir o valor que se pretende gerar, o impacto esperado e a narrativa que conduzirá o trabalho.
- 2. Desenvolvimento Criativo:** Cada território oferece um vocabulário e gatilhos de ação específicos para alinhar conceitos, dar consistência à ideia e conectar a execução ao seu núcleo semântico.
- 3. Reenquadramento de Projetos em Pista:** Em projetos em andamento, funcionam como diagnóstico para identificar desvios, recuperar o foco e reposicionar intenções criativas que ainda não encontraram sua melhor forma.

*A metodologia combinou análise discursiva, síntese criativa e verificação cruzada, partindo de todas as falas oficiais dos presidentes de júri, de todos os videocases premiados com Grand Prix e das respectivas fichas de inscrição – documentos que detalham problema, solução criativa, impacto e resultados. Conteúdo elaborado com apoio de inteligência artificial para organizar o corpus, estruturar padrões semânticos e validar convergências.

Por que isso importa

A volta de um evento do tamanho do Cannes Lions costuma produzir um festival paralelo de sínteses e percepções. Para quem não esteve lá, porém, o desafio é distinguir — e principalmente aplicar — os aprendizados capazes de fazer diferença em campanhas e outras iniciativas.

Publicado desde 2023, o Report Especial sobre os Grand Prix nasce da parceria entre a professora e pesquisadora Erlana Castro e a Fast Company Brasil. Seu objetivo é reunir, em uma única pegada tudo aquilo que realmente pode ser levado para a prática e pode fazer diferença.

Os 7 Territórios Criativos de Valor formam a essência do Lions Briefing 2026–2027. Não são tendências, mas estruturas de sentido que emergem da produção criativa global e ajudam a organizar a direção do setor.

Funcionam como mapa, método e critério. Permitem que equipes estratégicas e criativas contextualizem projetos, tomem decisões com mais clareza, executem com rigor e avaliem resultados com precisão.

Vamos aos sete territórios.



1. *Humanidade Plena*

Humanidade Plena é o território em que a criatividade amplia a experiência humana. Vulnerabilidade, verdade vivida e proteção ativa tornam-se matéria-prima para soluções capazes de corrigir assimetrias reais e construir novas formas de cuidado.

Seu vocabulário inclui vulnerabilidade exposta, dignidade operacional, autonomia física e cognitiva e relevância pessoal não cosmética. É uma abordagem que conecta saúde, cultura e *craft* para transformar riscos concretos em suporte estruturado.

O impacto pode ser medido em vidas salvas, redução da dor, ampliação da autonomia e proteção de comunidades vulneráveis. O valor aparece na forma de confiança, representatividade, longevidade, relevância e legitimidade social.

É o território mais presente no corpus de 2026, identificado em 30 dos 35 cases analisados. Confirma uma das principais teses do júri: a criatividade ganha força quando resolve problemas e melhora a vida das pessoas.

Seus principais exemplos, **Three Words** e **Supernova Adaptive**, tratam a criatividade como engenharia de proteção e expansão das possibilidades humanas. O brasileiro **Nigrum Corpus**, Grand Prix pelo segundo ano consecutivo, também se destaca nesse território.





THREE WORDS
PUBLICIS CONSEIL,
PARIS, AXA FRANCE,
2026

parce qu'être
une femme
ne devrait jamais
être un risque,
AXA garantit
désormais
un relogement
d'urgence en cas
de violences conjugales



A SOLUTION FOR 1.3 BILLION

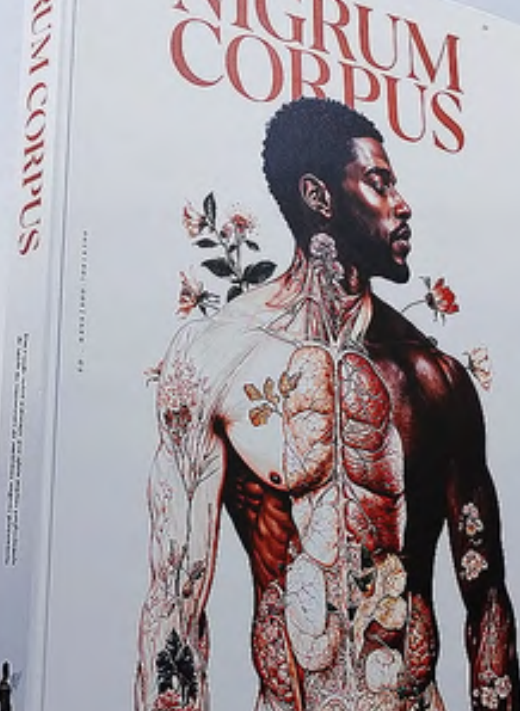


SUPERNOVA ADAPTIVE
TBWA\CANADA,
TORONTO, ADIDAS, 2026

DESIGNED WITH THE DOWN SYNDROME COMMUNITY.



IF RACISM IS
THE DISEASE,
EDUCATION IS
THE CURE.



IDOMED | instituto
YDUQS



NIGRUM CORPUS
ARTPLAN, SAO PAULO, IDOMED
& INSTITUTO YDUQS, 2026



DENTRO
DO CORPO
NEGRO,
UMA VIDA
TAMBÉM
FLORESCE

Respeito ao corpo Negro

2. Cultura Viva

Cultura Viva é o território em que a cultura não é fabricada, mas capturada em movimento. É uma força criativa que age, responde, cria e se sustenta. Aqui, comunidade não é público: é coautora. Pertencimento torna-se estratégia, legitimidade funciona como moeda e o território vira plataforma de ação.

Expressões dominantes: cultura como motor, comunidade como coautora, pertencimento como modelo de negócio, capital social ativado, governança comunitária. Esse vocabulário revela um modo de ação que mobiliza comunidades, transforma crises em pertencimento e converte o público em plataforma de propagação e aceleração.

O impacto chega nas estruturas pois resgata instituições culturais, reconstrói o tecido social, ativa o capital comunitário e amplia a continuidade cultural. O valor gerado aparece na forma de legitimidade, coesão social, relevância cultural, engajamento e *equity emocional*.

Presente em 27 dos 35 cases, é um dos territórios que definem o ano. Seu mecanismo pode ser resumido em: Cultura → Comunidade → Pertencimento.

The Pub That Refused to Die e ***The Thousand Sponsors of Muni*** mostram a cultura como organismo vivo e a comunidade como força criativa. A campanha brasileira ***Podia ser uma Heineken***, a mais premiada do ano, também é um de seus principais exemplos.





THE PUB THAT REFUSED TO DIE
LEPUB, MILAN, HEINEKEN, 2026

HEINEKEN TURNED A VILLAGE
INTO PUB OWNERS





IT CAN ACHIEVE ANYTHING

THE THOUSAND SPONSORS OF MUNI
MCCANN LIMA, CLUB DEPORTIVO
MUNICIPAL, 2026



BUSINESS VALUE

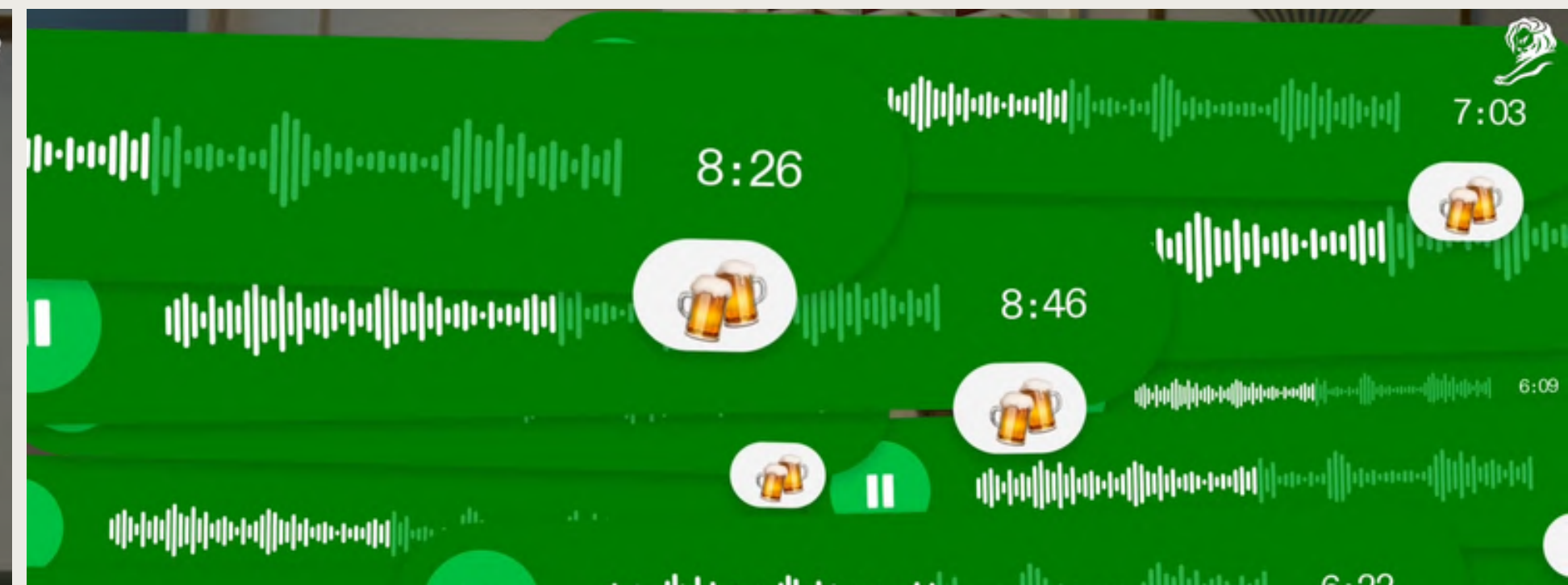
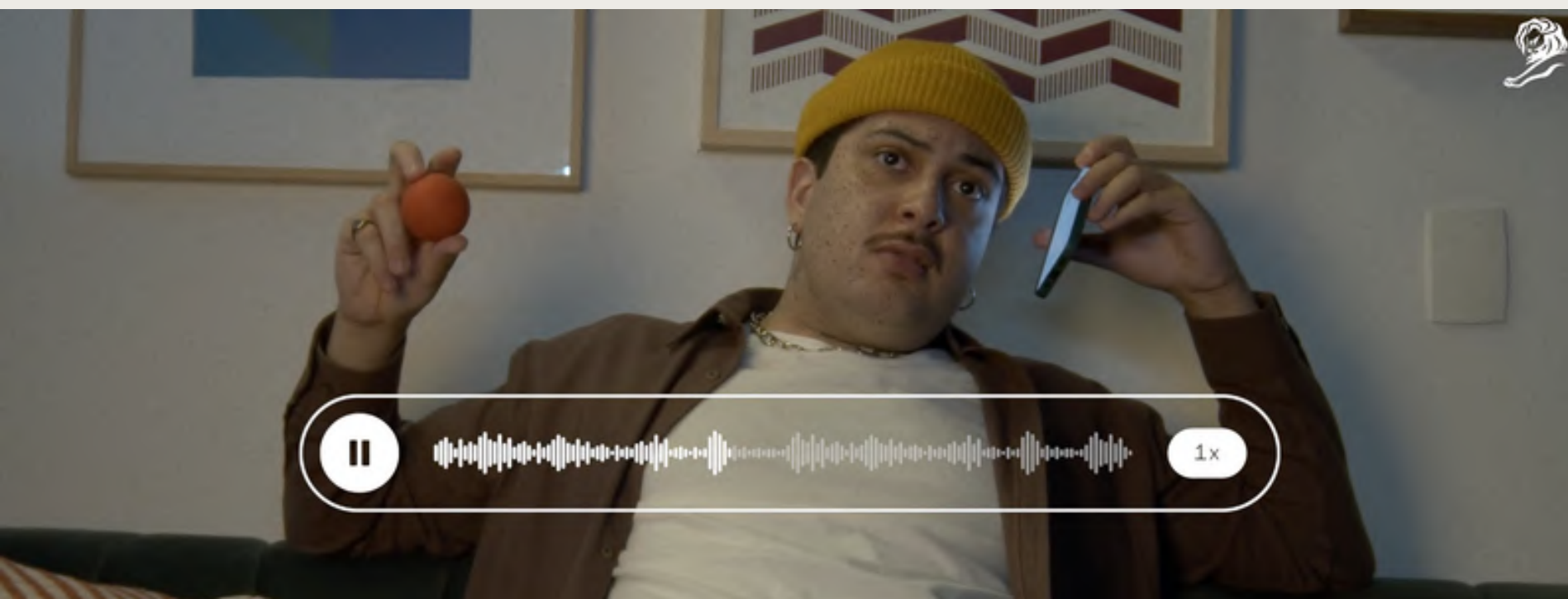


A TRUE WIN-WIN FOR THE CLUB AND ITS COMMUNITY



Get free beers together at the bar.

COULD HAVE BEEN A HEINEKEN
LEPUB MILÃO/LEPUB SÃO PAULO,
HEINEKEN, 2026



3. *Essencialismo Estratégico*

Essencialismo Estratégico é o território em que redução não é escolha estética, mas intenção. A complexidade é convertida em um gesto simples, o *craft* opera como precisão invisível e o impacto é imediato. Clareza, foco e decisões precisas amplificam a emoção por meio do mínimo necessário.

Seu vocabulário inclui redução cirúrgica, gesto mínimo com impacto máximo, essencialidade funcional, *craft* invisível e verdade essencial. É uma abordagem que elimina o ruído até revelar o núcleo funcional da ideia.

O impacto aparece na compreensão instantânea, na rápida adoção, na confiança e na eficiência operacional. O valor gerado está na redução de atrito, na clareza, na conexão emocional, no foco estratégico e na velocidade.

Presente em 28 dos 35 cases, confirma uma das teses do júri: simplicidade é potência estratégica. **Field Barcode**, Grand Prix brasileiro, e **Look Familiar?** demonstram como um gesto mínimo pode produzir impacto máximo.

É a abordagem criativa mais transversal do ano.





LOOK FAMILIAR?

LOOK FAMILIAR?
RETHINK, TORONTO,
HEINZ KETCHUP, 2026





 mercado
livre ARENA
SÃO PAULO

FIELD BARCODE
GUT, SÃO PAULO,
MERCADO LIVRE, 2026



4. *Risco Consequente*

Risco Consequente é o território em que coragem não é bravata, mas estratégia. Aqui, o risco reorganiza sistemas, e não apenas narrativas. Coragem calculada, ruptura consequente e subversão funcional transformam incerteza em vantagem competitiva.

Seu vocabulário inclui risco coreografado, *corporate aikido*, ousadia com propósito, desobediência estratégica e virada de jogo. É uma abordagem que desafia lógicas estabelecidas, reverte crises, rompe modelos tradicionais e usa o risco para gerar resultados.

O impacto é desproporcional: muda percepções, amplia vozes, acelera a adoção e pode redefinir uma categoria. O valor aparece na forma de liderança simbólica, vantagem competitiva, domínio narrativo, tração e relevância estratégica.

Presente em 28 dos 35 cases, é um dos territórios mais fortes do corpus e o mais celebrado pelo júri. **Copycats Welcome** e **Uva Uva Bombón** mostram como a ousadia pode reorganizar mercados e relações de força. **The KitKat Heist**, por sua vez, muda a régua da gestão criativa de crises.

É o território com maior conversão em Grand Prix.





UVA UVA BOMBÓN
DE LA CRUZ OGILVY, SAN JUAN,
UVA APP, 2026



A PUERTO RICAN
DELIVERY APP



**SOLD
OUT**
BEFORE THE
SHOW ENDED

A Clash Royale game scene featuring the King, Queen, Prince, and two Barbarians standing in a vast field of gold coins. In the background, there is a large blue castle with a crown on top. A stamp in the upper right corner reads "RISCO" with an arrow pointing right and "CONSEQUENTE" below it. The text "LEAVE THE FAKE GAMES." is overlaid at the top.

LEAVE THE FAKE GAMES.

COPYCATS WELCOME
DAVID, NEW YORK, CLASH
ROYALE, 2026

BUT KEEP THE GAINS.

COMING UP

KIT KAT TRACKER

6:39 AM HEADLINES H HELPING SHAPE FUTURE OF SPACE AS NASA PREPARES FOR MOON MISSION

AND BUY KITKAT

THE KITKAT HEIST
BURSON, LONDON, KITKAT, 2026

THIS KITKAT WASN'T STOLEN
KEEP CHECKING AND HELP US
WIDEN THE SEARCH BY SHARING

THIS KITKAT WASN'T STOLEN
KEEP CHECKING AND HELP US
WIDEN THE SEARCH BY SHARING

2. ENTER THE BATCH CODE BELOW

60000848

THIS KITKAT WASN'T STOLEN-KEEP
SEARCHING AND HELP US WIDEN
THE SEARCH BY SHARING

US WIDEN THE SEARCH BY SHARING

1 FIND THE 8 DIGIT BATCH NUMBER
ON THE BACK OF YOUR KITKAT

2 ENTER THE FIRST 4 DIGITS

6 0 0 8 4 8

1 2 3 4 5
6 7 8 9 0

ENTER

1 FIND THE 8 DIGIT BATCH NUMBER
ON THE BACK OF YOUR KITKAT

2 ENTER THE FIRST 4 DIGITS

0 8 4 8

1 2 3 4 5
6 7 8 9 0

ENTER

RISCO
CONSEQUENTE

5. Criatividade Tecnogênica

“Tecnogênica” = que gera tecnologia

Criatividade Tecnogênica é o território em que criatividade e tecnologia evoluem juntas — com a criatividade puxando esse movimento. A tecnologia deixa de ser apenas ferramenta para se tornar um ambiente vivo. Engenharia sensível, sistemas híbridos humano-máquina e interfaces significativas transformam estrutura em experiência e emoção.

Seu vocabulário inclui tecnologia como ambiente, infraestrutura emocional, sistemas vivos, coautoria humano-máquina e engenharia sensível. É uma abordagem que colapsa funis tradicionais, usa a IA como motor de inclusão, cria categorias e faz a tecnologia avançar por meio da criatividade.

O impacto é estrutural: democratiza o acesso, reduz o atrito cognitivo, amplia a autonomia, transforma comportamentos e abre novas categorias. O valor aparece em liderança tecnológica, eficiência sistêmica, expansão de ecossistemas, relevância futura e fidelidade funcional.

Presente em 27 dos 35 cases, atravessa *Digital Craft*, *Innovation*, *Creative Data* e parte de *Brand Experience*. **Project Genie** e **Build Your Own Super Bowl Commercial** mostram a tecnologia como plataforma viva e a criatividade como motor de seu avanço.

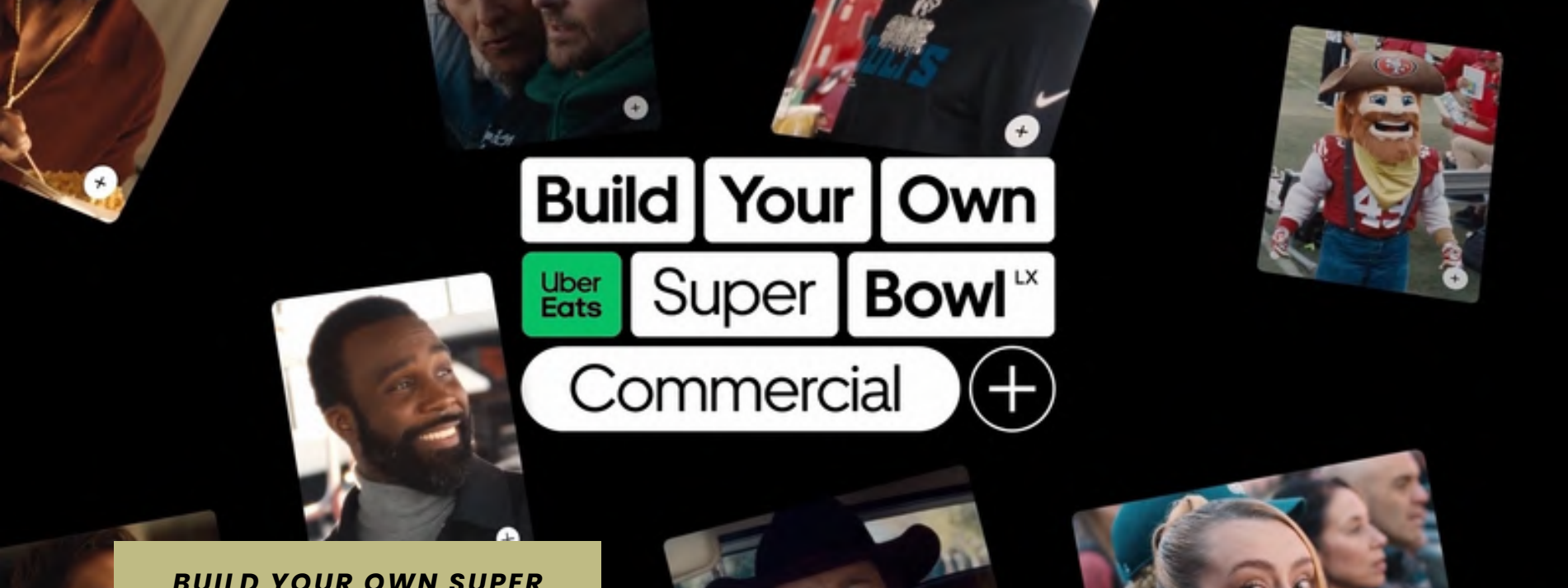
É o território que aponta para o futuro da indústria.



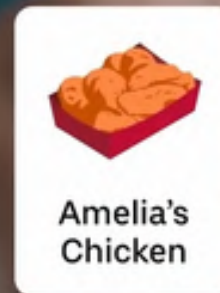
PROJECT GENIE
GOOGLE, MOUNTAIN VIEW,
GOOGLE, 2026

Create your own





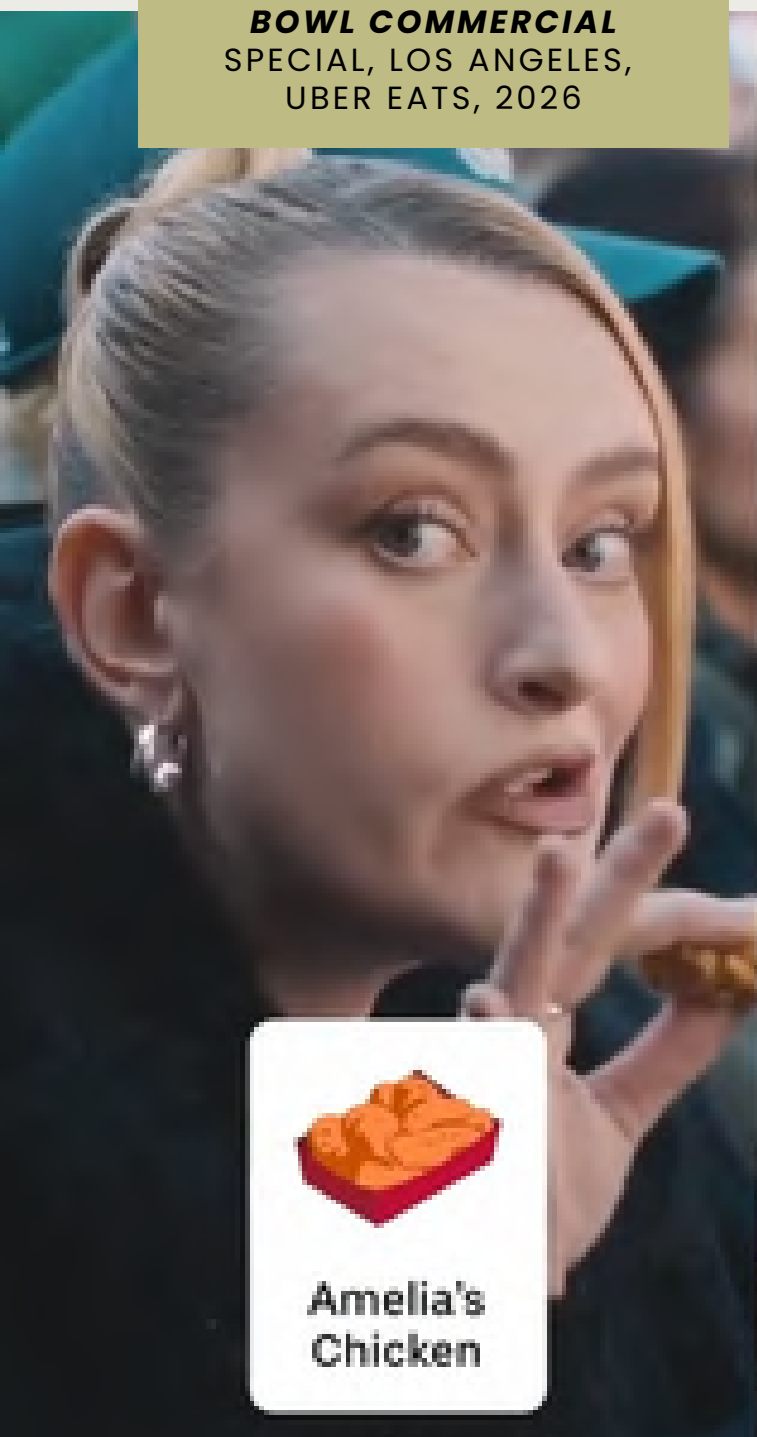
Build Your Own
Uber Eats Super Bowl^{LX}
Commercial +



Amelia's
Chicken



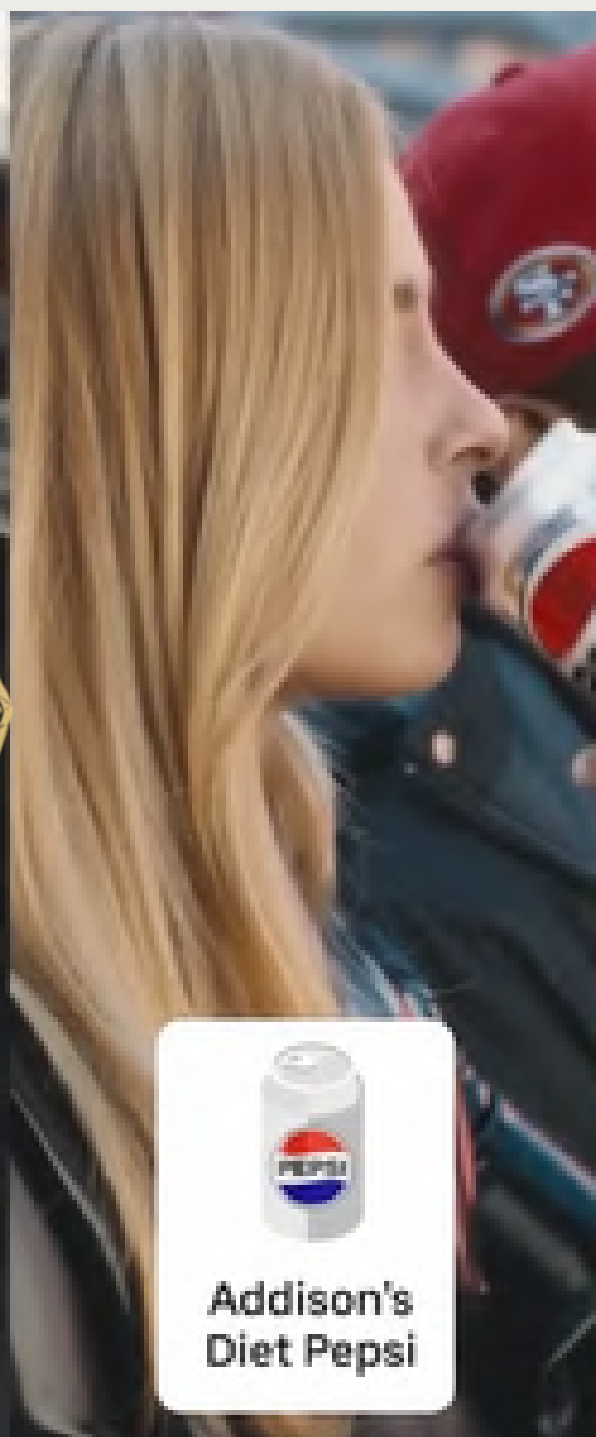
**BUILD YOUR OWN SUPER
BOWL COMMERCIAL**
SPECIAL, LOS ANGELES,
UBER EATS, 2026



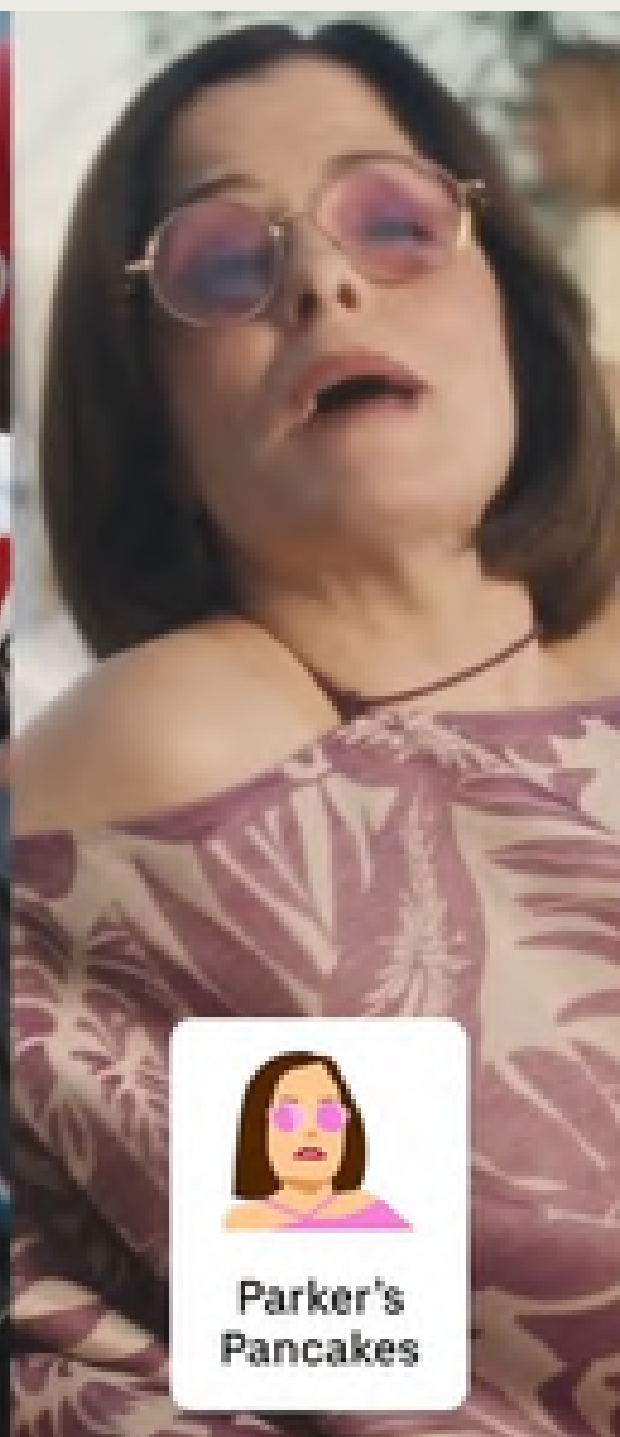
Amelia's
Chicken



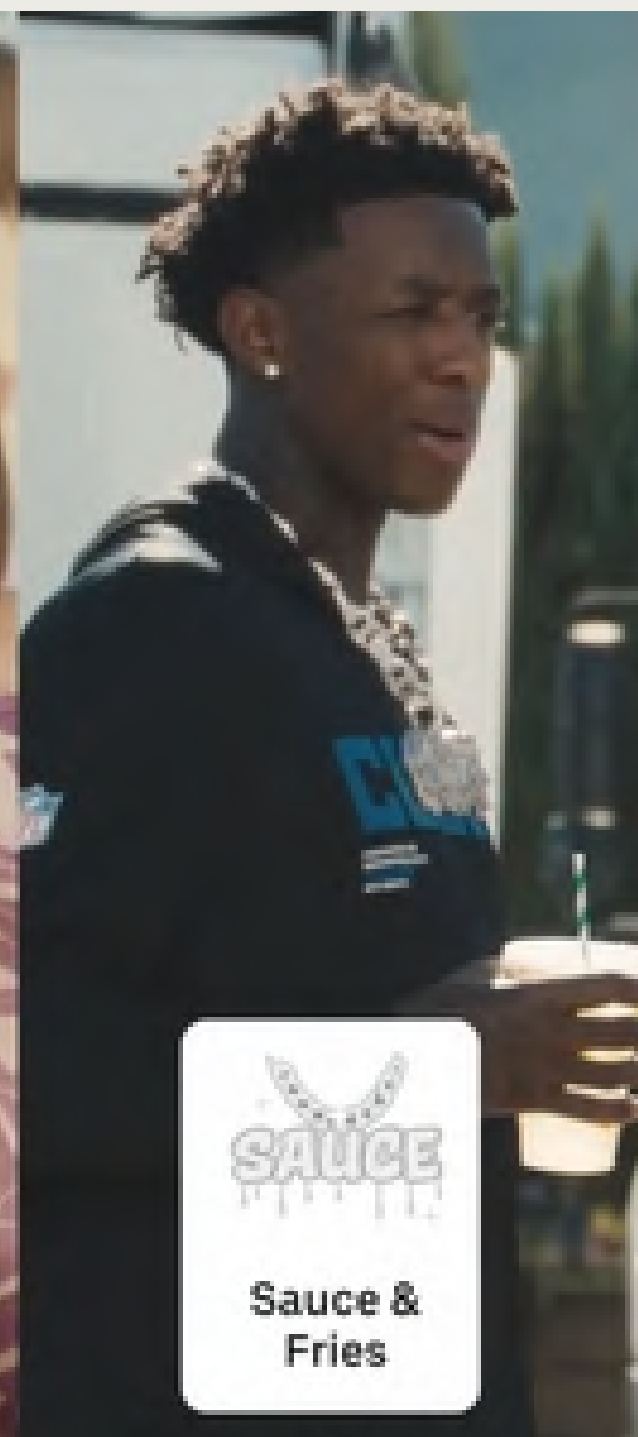
Tramell's
Breakfast



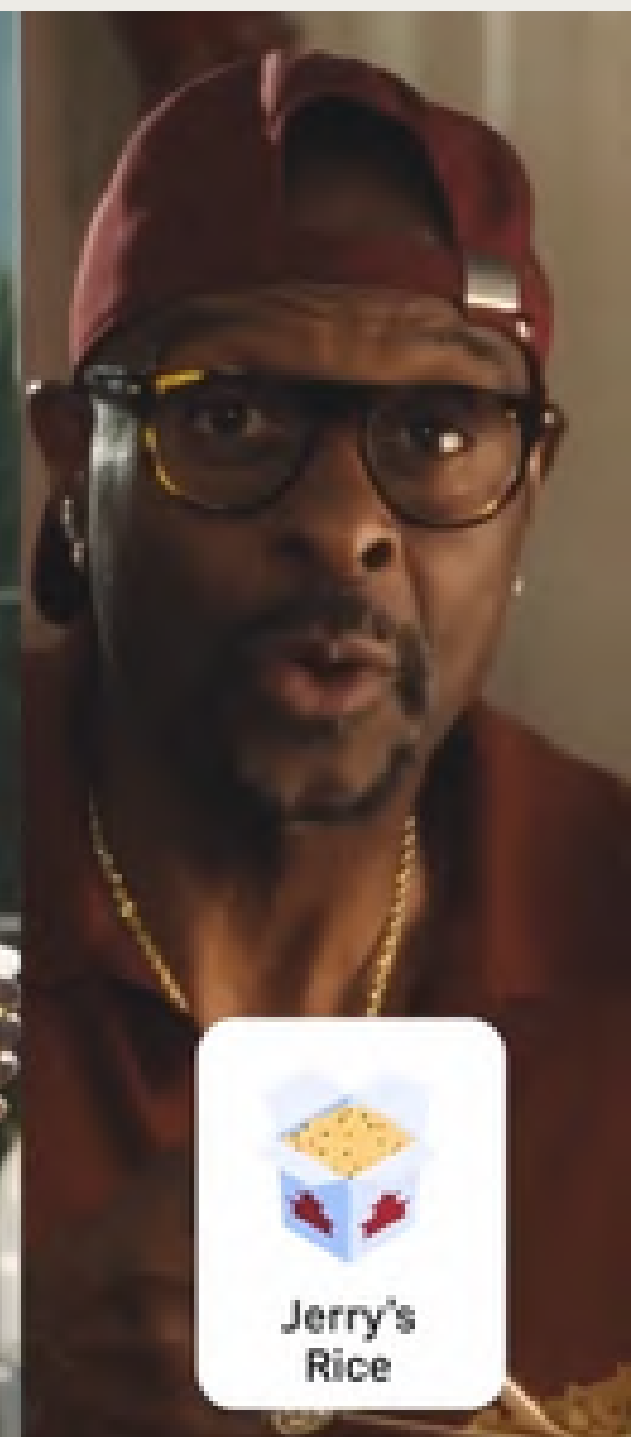
Addison's
Diet Pepsi



Parker's
Pancakes



Sauce &
Fries



Jerry's
Rice

6. *Arquitetura de Futuros*

Arquitetura de Futuros é o território em que a criatividade opera como ferramenta de transformação sistêmica. Aqui, impacto não é apenas intenção: é arquitetura. Modelos replicáveis, resiliência e economia regenerativa redesenham cadeias produtivas, redistribuem valor e transformam ecossistemas.

Seu vocabulário inclui engenharia de sistemas, redistribuição de valor, modelos replicáveis, arquitetura de impacto e infraestruturas de resiliência. É uma abordagem que redesenha cadeias de suprimento, propõe novos modelos de remuneração, abre dados proprietários e constrói plataformas de adaptação climática e *advocacy*.

O impacto é sistêmico: mudança regulatória, resiliência comunitária, inclusão estrutural, redução de assimetrias e transformação de comportamentos coletivos. O valor aparece na sustentabilidade econômica, na confiança institucional, na eficiência estrutural, na longevidade e no valor compartilhado.

Presente em 28 dos 35 cases, confirma a criatividade como mecanismo de transformação sistêmica. ***Paid Sick Leave for Cows*** e ***Suncorp Haven*** mostram redistribuição de valor, reengenharia de cadeias e construção de resiliência.

É o território que mais se conecta a políticas públicas, sistemas e governança.





Antibiotic administered

withdrawal period starts

Pressure builds to sell milk early

Milk re-enters the system

Sample collected

Antibiotic detected



Milk rejected

- Wasted procurement cost
- Cost of safe disposal
- Supply shortage
- Strained farmer relationship

PAID SICK LEAVE FOR COWS
THE PARTNERSHIP AGENCY,
NAIROBI, TOO GOOD, 2026

100% farmer income protected
**during withholding period*



HAVEN
LEO AUSTRALIA, SYDNEY,
SUNCORP INSURANCE, 2026



7. *Rigor Sensorial*

Rigor Sensorial é o território em que o *craft* se torna linguagem de impacto. O detalhe amplia a verdade, a execução carrega intenção e a materialidade produz profundidade emocional. É uma engenharia quase invisível que transforma execução em narrativa e presença sensorial em valor cultural.

Seu vocabulário inclui rigor emocional, detalhe máximo, magia sensorial, engenharia invisível e materialidade expressiva. É uma abordagem que usa a expressão artística para ampliar verdades humanas, construir mundos físicos significativos e produzir impacto pelos sentidos.

O impacto é emocional e cultural: profundidade, diferenciação estética, legitimidade e presença simbólica. O valor gerado aparece na excelência percebida, na autoridade estética, na longevidade cultural e na força narrativa.



Presente em 28 dos 35 cases, confirma uma das teses do júri: *craft* também é linguagem estratégica. A manualidade, a artesanaria e o 100% humano tornam-se os principais recursos criativos e de execução.

Your Way Out, Tiny Coffee Shops e ***Apple TV Rebrand*** mostram execução como intenção, detalhe como impacto e materialidade como linguagem. É o território que define a excelência estética.

NOTA TÉCNICA

Manualidade, Artesania e 100% Humano

Aqui, a tecnologia não lidera. Quando aparece, é discreta, auxiliar e subordinada ao gesto humano. Este território nasce da mão, da matéria, da luz, da textura, da construção física e da execução artesanal.

A diferença em relação ao **Essencialismo Estratégico** é clara: no primeiro, o valor está no gesto mínimo. No **Rigor Sensorial**, está no detalhe máximo.



YOUR WAY OUT
ISLE OF ANY, NEW YORK,
COINBASE, 2026

TINY COFFEE SHOPS
LOLA, MADRID, DE'LONGHI,
2026



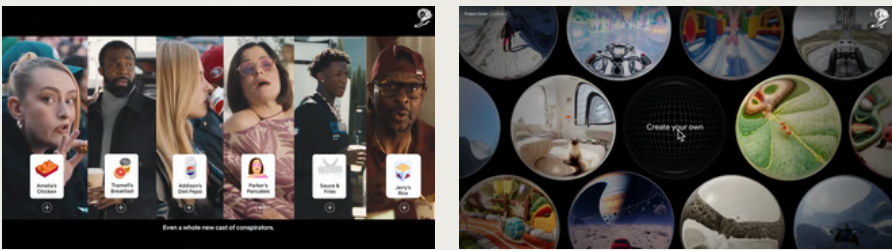
APPLE TV REBRAND
TBWA \ MEDIA ARTS LAB, LOS
ANGELES, APPLE, 2026



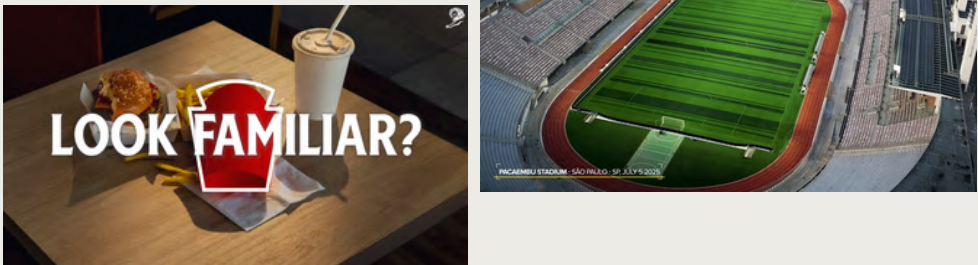
HEAT MAP

Territórios Criativos de Valor

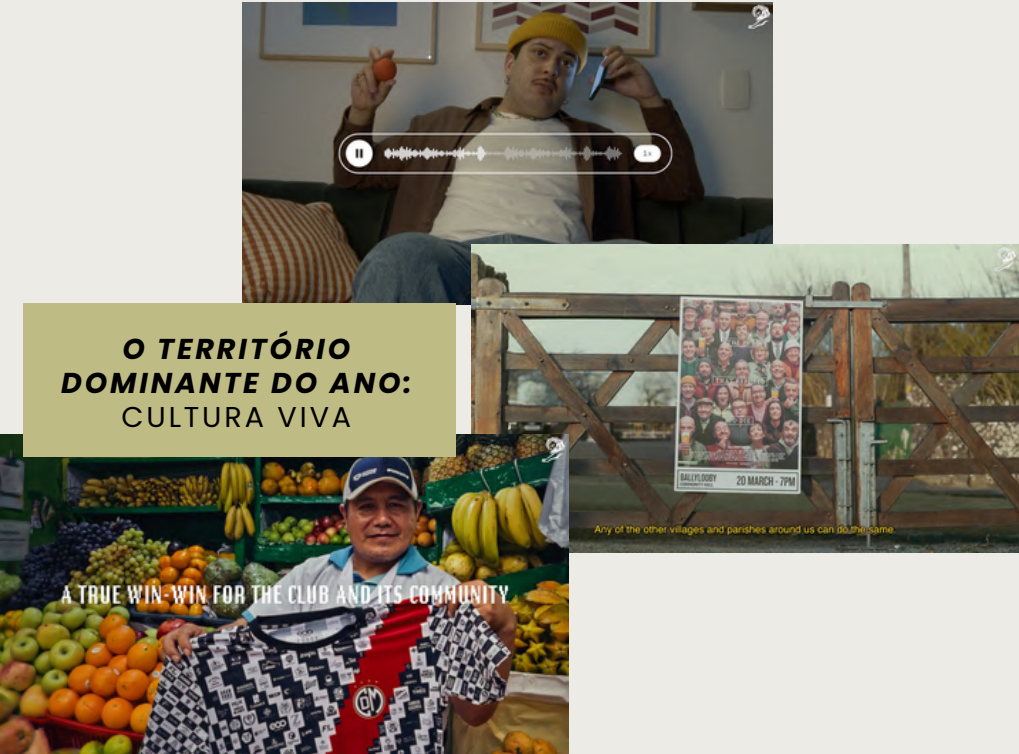
O TERRITÓRIO DO FUTURO DA PUBLICIDADE: CRIATIVIDADE TECNOGÊNICA



O TERRITÓRIO MAIS TRANSVERSAL: ESSENCIALISMO ESTRATÉGICO



O TERRITÓRIO MAIS DOMINANTE DO ANO: CULTURA VIVA



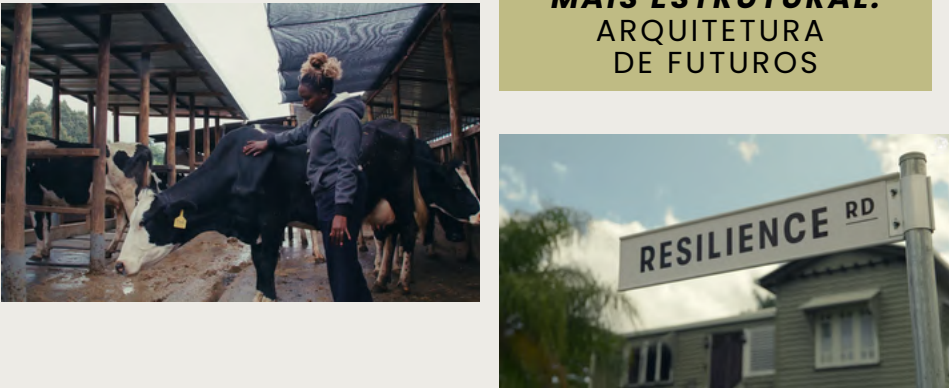
O TERRITÓRIO MAIS PREMIADO: RISCO CONSEQUENTE



O TERRITÓRIO MAIS ESTÉTICO: RIGOR SENSORIAL



O TERRITÓRIO MAIS ESTRUTURAL: ARQUITETURA DE FUTUROS



O TERRITÓRIO MAIS PROFUNDO: HUMANIDADE PLENA



TRANSFORMANDO O RECADO DO JÚRI EM AÇÃO

Os Códigos Criativos do Cannes Lions 2026–2027

Metodologia

Para cada categoria, extraímos o sentido mais contundente do recado oficial do júri*, a direção criativa que funciona como código de excelência daquela categoria. Sem forçar, sem martelar: apenas revelando sua ideia central.

Utilize como uma provocação estratégica oportuna, como ponto de partida criativo e/ou como um *check list*.

*Pronunciamentos para a imprensa registrados nos *Press Releases* da premiação.

TRANSFORMANDO O RECADO DO JÚRI EM AÇÃO

Os Códigos Criativos do Cannes Lions 2026–2027

MÍDIA CLÁSSICA
(AUDIO/RADIO,
PRINT/PUBLISHING,
OUTDOOR, FILM)

Este agrupamento reúne a força original da criatividade publicitária: imagem, som e *storytelling*. É onde a ideia prova sua capacidade de síntese, presença e impacto cultural – nas mídias clássicas que seguem evoluindo.

Códigos Criativos:

- a.** Busque um *insight* cultural que seja, ao mesmo tempo, hiper-local e universal.
- b.** Permita que a marca exista como ideia. Às vezes, ela nem precisa aparecer.
- c.** Crie conexões surpreendentes no mundo real.
- d.** Mude a relação de forças do mercado. Pratique o *corporate aikido*: use a força do adversário a seu favor.

CRAFT
(DESIGN, DIGITAL CRAFT,
FILM CRAFT, INDUSTRY
CRAFT)

Aqui estamos no território das artes, das habilidades, dos talentos e do domínio da técnica. É a execução que dá vida à ideia criativa – o lugar onde forma e intenção se encontram.

Códigos Criativos:

- a.** Deixe o *craft* se impor pela profundidade da execução e pela originalidade da ideia.
- b.** Permita que a criatividade evolua a tecnologia para que a tecnologia evolua a criatividade.
- c.** Gloriosamente humano: aposte na magia sensorial e no feito à mão.
- d.** Evidencie os detalhes minúsculos que geram emoções gigantes.

ENTERTAINMENT
(MEDIA; DIRECT; PR; SOCIAL
& CREATORS; CREATIVE B2B;
CREATIVE DATA)

Criatividade para entretenimento autêntico – capaz de engajar consumidores, mover comunidades e impactar a cultura. Aqui, a marca deixa de ser espectadora e passa a ser participante ativa do jogo cultural.

Códigos Criativos:

- a.** Não fabrique relevância: apareça no momento certo, para a comunidade certa, com algo que realmente importa.
- b.** Vire o jogo concorrencial no cultural: transforme conflito em comunidade.
- c.** Abandone o patrocínio passivo: o caminho é a colaboração radical entre marca, artistas e cultura.
- d.** Transforme o patrocínio esportivo em pertencimento.

TRANSFORMANDO O RECADO DO JÚRI EM AÇÃO

Os Códigos Criativos do Cannes Lions 2026–2027

EXPERIENCE
(BRAND EXPERIENCE & ACTIVATION,
CREATIVE BUSINESS TRANSFORMATION,
CREATIVE COMMERCE,
INNOVATION, LUXURY)

Jornadas inteligentes, experiências marcantes, ideias que cativam em cada ponto de contato. Aqui, a criatividade opera como sistema: ativa marcas, transforma negócios, redefine valor e eleva o luxo ao seu significado mais humano.

Códigos Criativos:

- a.** Promova uma experiência radical, posicionada, propositiva — e divertida. Sem medo de controvérsia.
- b.** Transforme o negócio a partir de um insight que desbloqueie valor em toda a cadeia.
- c.** Não apenas gere valor: reimagine o significado de valor. Inspire compra e lealdade de formas inéditas.
- d.** Apresente prova de mudança, não prova de conceito. Busque inovação que avance a sociedade.
- e.** Reafirme o luxo como conexão humana legítima, profunda e simples.

HEALTH
(HEALTH & WELLNESS;
PHARMA)

Criatividade com o poder único de transformar vidas — em um setor delicado e altamente regulado.

Códigos Criativos:

- a.** Revele a interseção entre saúde, criatividade, craft e cultura para iluminar verdades humanas.
- b.** Construa soluções em que o todo seja maior que a soma das partes.
- c.** Honre a sensibilidade do setor: criatividade que melhora jornadas, reduz barreiras e amplia acesso.

GOOD
(GLASS; SUSTAINABLE DEVELOPMENT
GOALS; GRAND PRIX FOR GOOD; UN
FOUNDATION GRAND PRIX FOR GOOD)

Criatividade que move cultura, gera transformação sistêmica e impacta positivamente o mundo. Aqui, a ideia precisa ser honesta, institucionalmente sólida e capaz de reconfigurar realidades — não apenas narrativas.

Códigos Criativos:

- a.** Promova mudança sistêmica baseada em rigor, pesquisa e ação institucional.
- b.** Regenere sistemas produtivos: transforme ganha-perde em ganha-ganha.
- c.** Crie ideias que o mundo sentiria falta.
- d.** Ouse redefinir o futuro com impacto real.

TRANSFORMANDO O RECADO DO JÚRI EM AÇÃO

Os Códigos Criativos do Cannes Lions 2026–2027

STRATEGY
(CREATIVE EFFECTIVENESS; CREATIVE
STRATEGY; CREATIVE BRAND)

A efetividade comercial, o planejamento estratégico e a criatividade que destrava crescimento mensurável e impacto real. Aqui, a estratégia conecta pessoas, cultura e negócio – e transforma relevância em resultado.

Códigos Criativos:

- a.** Pense impacto no nível pessoal, cultural e social – relevância que toca a vida real das pessoas e os resultados reais do negócio.
- b.** Capacite e fortaleça comunidades com estratégia cultural – abrindo caminho para que a marca se aproxime de forma legítima, até mesmo em territórios altamente competitivos.
- c.** Estruture criatividade como sistema: capacidades, processos e cultura que tornam a excelência criativa repetível.

ENGAGEMENT
(MEDIA; DIRECT; PR; SOCIAL
& CREATORS; CREATIVE B2B;
CREATIVE DATA)

Foco na interação autêntica e em experiências imersivas que fisgam a audiência e geram impacto cultural e no negócio.

Códigos Criativos:

- a.** Colapse o funil: transforme o próprio produto em plataforma de comunicação.
- b.** Mentalidade *challenger*: vença pela inteligência.
- c.** Responda a crises com coragem criativa e senso de oportunidade. Não tente eliminar o risco – coreografe o risco.
- d.** Revele a verdade social por trás de um comportamento digital.
- e.** Lance mão da bravura distintiva em mercados racionais (B2B), e seja impossível de ignorar.
- f.** Use dados para proteger pessoas.

TITANIUM

Ideias que redefinem a lógica da indústria criativa, estabelecendo novos paradigmas e fronteiras para o futuro da criatividade. Criatividade que muda o jogo.

Códigos Criativos:

- a.** Redefina a lógica da indústria criativa: estabeleça novos paradigmas e novas fronteiras.
- b.** Crie ideias que o mundo sentiria falta, pense na criatividade indispensável.
- c.** Ouse projetar futuros: criatividade que não só acompanha o mundo, mas potencializa e reinventa.

COBERTURA
ESPECIAL

FAST @

BRASIL



OFERECIMENTO

Google

PATROCÍNIO

NETZA&CO

IAA
BRAZIL

Lions Briefing 2026–2027: Os 7 Territórios Criativos de Valor

Fast Company Brasil

Pesquisa, redação e revisão: Erlana Castro

Revisão editorial: Camila de Lira

Design e diagramação: Jackeline Nunes

Imagens: Cannes Lions Press Portal