

YOUTUBE

O mundo do YouTube para além do YouTube

VIBES

O JOGO VIROU



BRASIL

**AS NOVAS FRONTEIRAS
DO ESPORTE NA
AMÉRICA LATINA**



VER TUDO A TODO MOMENTO.

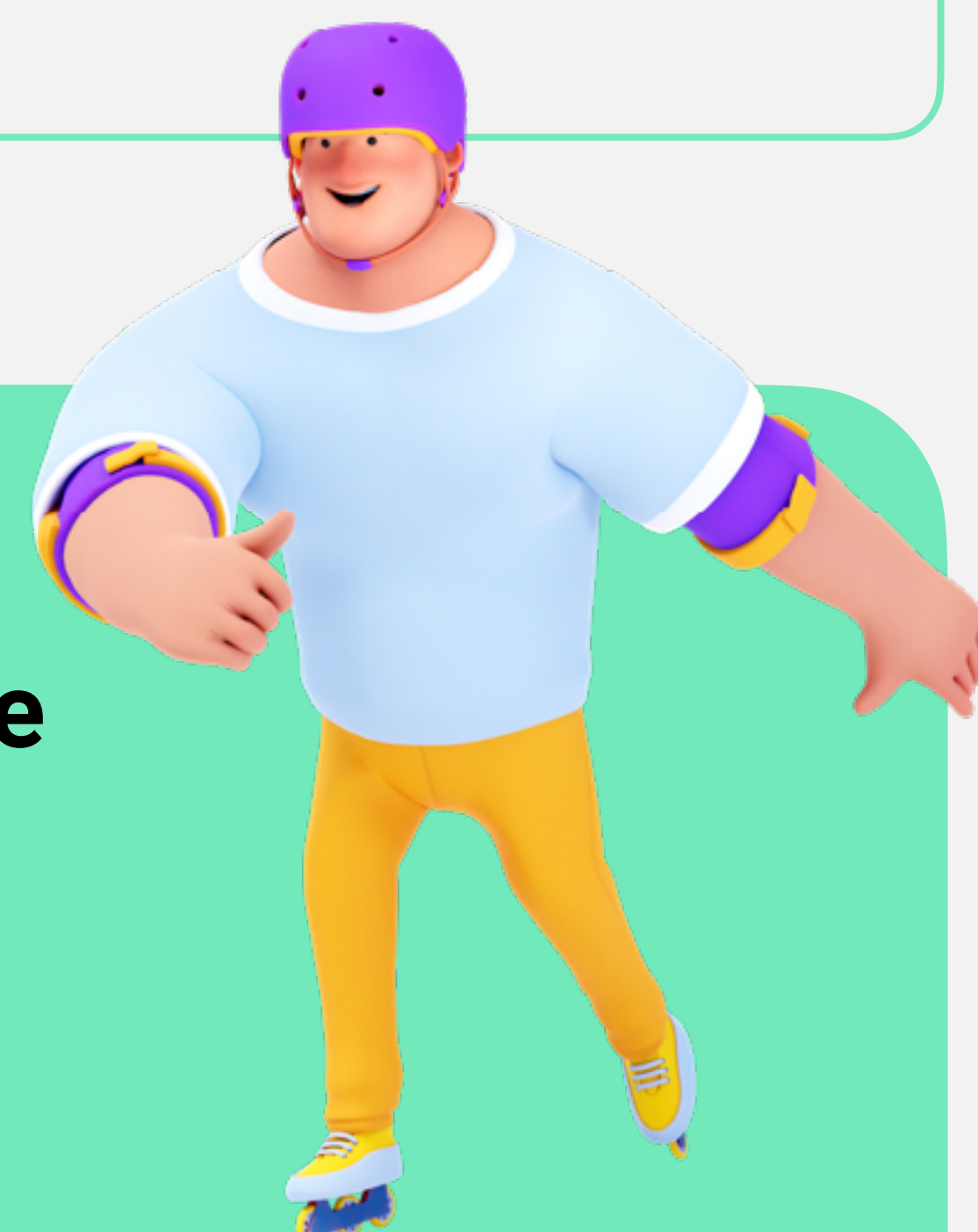
Ver tudo a todo momento: Esse é o desejo central de quem curte os eventos esportivos nos tempos digitais. Cada esporte tem agora uma audiência maior, novos comentaristas, campeonatos, competições, estilos de vida e até modalidades de jogo inventadas. Na era do YouTube, todo esporte tem seu lugar.



Os tempos da televisão transformaram os esportes em um espetáculo, com o YouTube temos uma experiência mais democrática e de maior alcance, descentralizando as esferas tradicionais para dar protagonismo àqueles que antes estavam excluídos da narrativa esportiva. Se as transmissões televisivas criaram a lógica HD, em que esportes se tornaram mais envolventes, no YouTube os fãs, os atletas, os criadores de conteúdo e as marcas experimentam uma hiper imersão, que permite viver perspectivas infinitas.

Neste cenário, manifestações menos populares ou atletas menos conhecidos podem se tornar protagonistas. Enquanto os meios tradicionais criaram um olimpo dos atletas de elite, o YouTube realizou a diversão nas ruas. A diversidade de esportes e talentos que podem ser descobertos e seguidos pelos espectadores se expandiu. O YouTube conseguiu que esportes urbanos, que muitas vezes não têm instituições que os respaldem, criem movimentos de massa.

80% dos brasileiros acreditam que o YouTube permite descobrir novas formas de ver e desfrutar do conteúdo esportivo.




Mas esse impacto democratizador não apenas dá visibilidade aos esportes e aos atletas que estão fora dos holofotes da grande mídia, como também redistribui a transmissão. Hoje, os direitos de distribuição das grandes competições esportivas estão abrindo caminho para o streaming. Com o YouTube, os maiores espetáculos esportivos do planeta estão disponíveis para todos em todas as telas possíveis.




Hoje em dia, você tem a liberdade de poder escolher o que você quiser, para assistir na hora que você quiser, da forma que quiser [...] você consegue ver de tudo a todo momento, ver debates, ver a carreira das pessoas, não só aquelas notícias prontas sobre alguma coisa, mas você consegue ver a fundo, de várias formas, e por vários ângulos a mesma história até.

 – Homem, 33 anos, Brasil (São Paulo).

O YouTube é de fácil acesso a partir de qualquer dispositivo, enquanto os serviços de streaming geralmente são acessados pela televisão ou requerem downloads, instalação e inserção de senhas... É um processo longo e entediante. Em contraste, o YouTube é rápido, a plataforma é fácil de usar e muito dinâmica.

 – Mulher, 36 anos, Colômbia.

O YouTube foi um dos que influenciou várias ampliações de conteúdos de vários esportes que não tinham tanta visibilidade, com a divulgação através dessa plataforma muitas pessoas tiveram acesso e o conhecimento de esportes que não tinham a proporção necessária que tem hoje em dia. Por causa do YouTube esses esportes ganharam muito espaço no nosso dia a dia de quem é fã e atleta esportivo.

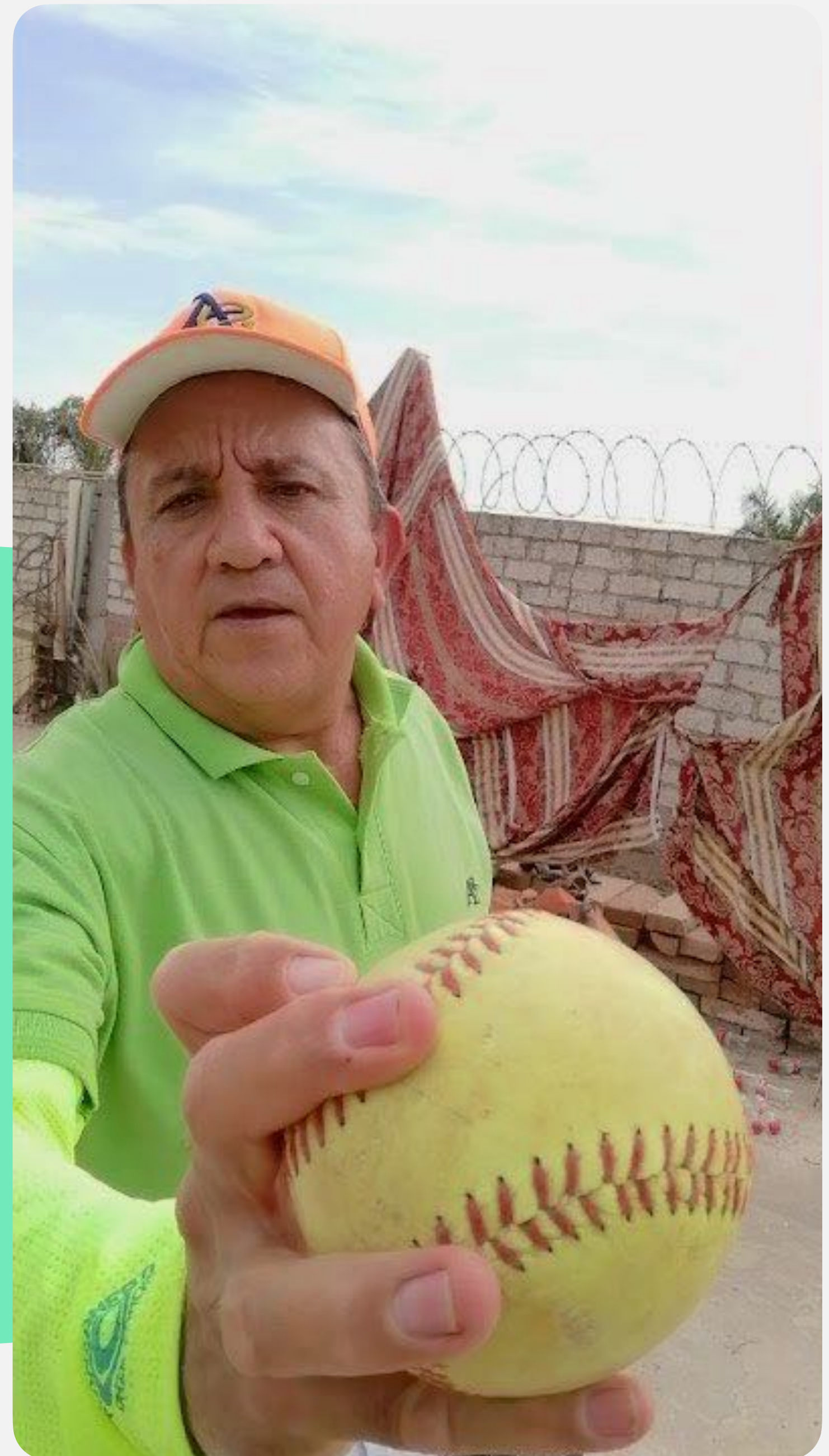
 – Homem, 23 anos, Brasil (Recife).

Essa reinvenção esportiva assume a forma de três Vibes que examinam movimentos emergentes relacionados a esportes no YouTube: A primeira, **DEMOCRACIA ESPORTIVA**, explora as novas fronteiras do fandom esportivo. A segunda, **ESTILO ALÉM DAS QUADRAS**, mostra como a moda e os estilos de vida se misturam com os esportes para redefinir o consumo. E a terceira, **MEMESPORTS**, explora como o YouTube dá espaço para a criação de novos e divertidos esportes e práticas competitivas.


1 DEMOCRACIA ESPORTIVA

CONTEÚDO ESPORTIVO FEITO E EXPANDIDO POR TODOS.

Os atletas amadores deixam o anonimato para trás. Os sportistas e personalidades consagradas encontram novos seguidores, expandindo suas comunidades de admiradores. Os esportes de nicho se tornam visíveis e reconhecidos pelas multidões. As paixões nacionais ultrapassam as fronteiras e conquistam o mundo inteiro. **Na era atual do YouTube, qualquer esporte e qualquer atleta têm seu próprio grupo de fãs.**



Quando eu falava de Curling e queria praticar o esporte, muitos dos meus amigos zombavam de mim. Se eu fosse acompanhar o Curling apenas pela televisão, seria somente durante as Olimpíadas, a cada 4 anos. Por isso, para mim, o YouTube tem uma grande importância, pois hoje, 90% das coisas que consumo dessa modalidade vêm diretamente dos canais aos quais estou inscrito. Eu não sei o que faria sem o YouTube na minha vida.

 – Homem, 33 anos, Brasil (São Paulo).

Para 89% dos brasileiros, no YouTube qualquer pessoa pode criar conteúdo de seu esporte favorito.

VIBE #1: DEMOCRACIA ESPORTIVA

Se os *fandoms* **moldaram as interações online**, vivemos hoje um tempo que tem o poder de reinventar a cultura de massas. Ao lado dos esportes mais populares, que hipnotizam as multidões, o YouTube também proporcionou uma plataforma para esportes com menos visibilidade em outros sistemas de distribuição, conectando conteúdos de menor interesse com audiências selecionadas, através de seu algoritmo de recomendações.

Já ouvi de algumas pessoas que o parkour é um esporte fora do comum, especialmente aqui no Brasil onde o futebol é tão popular. No entanto, o YouTube me ajudou a encontrar outras pessoas que também amam o parkour, tanto no Brasil quanto em outros lugares do mundo. Isso é muito importante para mim porque me sinto parte de uma comunidade que compartilha da mesma paixão e que me inspira a continuar evoluindo no esporte.

 – Homem, 25 anos, Brasil (Rio de Janeiro).



83% dos brasileiros acreditam que, enquanto os meios de comunicação tradicionais favorecem a cobertura de alguns esportes, o YouTube tem todos eles.

Essa redistribuição de poder e fama esportiva deu origem a uma proliferação de criadores de conteúdo independentes. Essa é a história de Carlos Suassuna, de 59 anos, que vem inspirando a internet com sua rotina de exercícios físicos. Conhecido como "**Vovô Maromba**", ganhou mais de 19 milhões de visualizações em um vídeo feito por seu neto que mostra sua academia caseira, com aparelhos e pesos construídos por ele mesmo a partir de pedra e cimento. Até mesmo a tarefa mundana de **comprar uma bola** é assunto na plataforma. **É verdade que nem todos os atletas compartilham a mesma glória, mas no YouTube todos têm uma audiência.**

VIBE #1: DEMOCRACIA ESPORTIVA

Nos canais de atletas amadores a gente sente também com mais veracidade as dificuldades e os recursos para que eles se mantenham atletas, mesmo sem ser seu sustento, mesmo investindo muito sem nenhum retorno financeiro, mostra o quão importante o esporte é, e o quão possível se torna para quem não tem isso hoje como realidade.

 – Mulher, 25 anos, Brasil (São Paulo).



O YouTube dá luz e expande a diversidade dentro dos esportes.

Luisa Fernanda Tejada, colombiana do breakdance, personifica a ascensão de um esporte, desde as áreas mais humildes até o pódio dos **Jogos Olímpicos** de Paris 2024. Sua história é tão inspiradora que o **canal oficial das Olimpíadas no YouTube** a destacou como protagonista no vídeo "**Breaking Life**". Esse gesto proporcionou à modalidade e à sua comunidade uma visibilidade de mais de 20 mil visualizações. O YouTube mudou a forma como o esporte é consumido e promovido, pois não apenas dá voz às transmissões competitivas oficiais, mas também aproxima as audiências da cultura esportiva que surge nas ruas.

Algumas marcas souberam amplificar o impacto da visibilidade sem precedentes proporcionada pelo YouTube dentro das comunidades esportivas. Por exemplo, a Samsung estabeleceu uma parceria com a **Imilla Skate**, uma comunidade de skatistas cholitas que, com seus chapéus e saias típicas, andam de skate pelas ruas da Bolívia, proporcionando uma estética única para a marca.

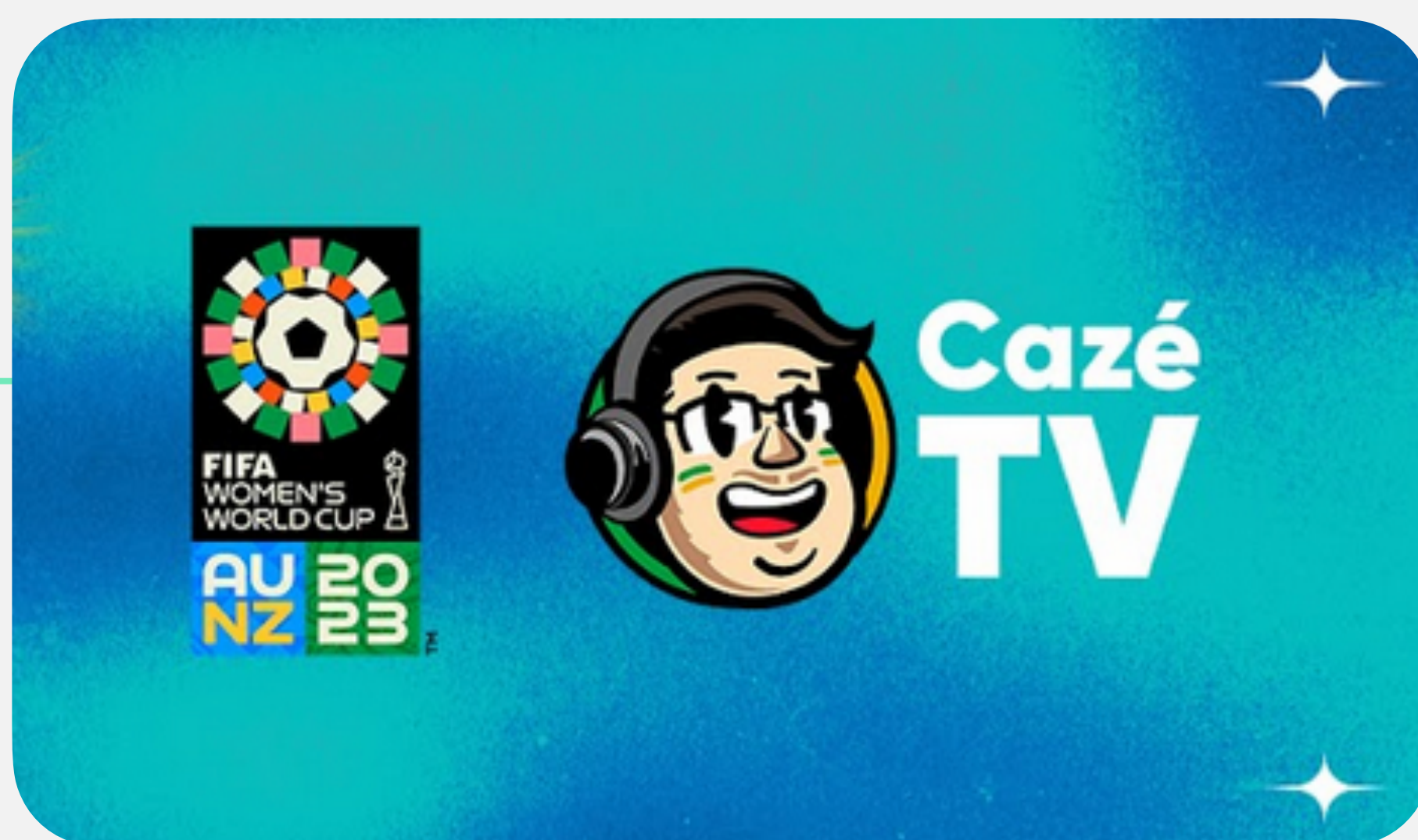
VIBE #1: DEMOCRACIA ESPORTIVA

O esporte feminino não tinha nenhuma visibilidade, e o YouTube era a única plataforma disponível para acompanhar os campeonatos das meninas. Hoje a TV aberta e fechada já exibem alguns campeonatos, mas não todos e sempre que o horário é disputado com alguma partida masculina, acaba sendo priorizada. Por isso as transmissões via YouTube são tão importantes, por que elas não fazem esse tipo de segregação.



– Mulher, 29 anos, Brasil (Salvador).

O YouTube trouxe campeonatos esportivos da TV para o live streaming.



Depois da bem sucedida aliança com a Fifa para a transmissão da Copa do Mundo do Catar, Casimiro Miguel, o Cazé, expandiu sua participação nas transmissões de campeonatos de futebol e cobrirá tanto torneios masculinos quanto femininos. Seu canal [CazéTV](#), com mais de 8 milhões de inscritos, compete de igual pra igual com os maiores canais de televisão aberta durante as transmissões ao vivo.

Nos Shorts eu gosto de ver os melhores momentos das competições de parkour, aquelas manobras mais difíceis ou erros que eventualmente acontecem. Também assisto a vídeos mais longos no YouTube, como tutoriais de movimentos específicos e vlogs de atletas. E gosto quando as transmissões de competições tem detalhes em slow motion, pois gosto de analisar trechos e movimentos em tempo real. É uma overdose de parkour e eu adoro!



– Homem, 25 anos, Brasil (Rio de Janeiro).

Essa multiplicação de conteúdos esportivos em que os fãs se movem livremente do reino do fitness, ao streetball, passando pelos esportes tradicionais, também é acompanhada pela variedade dos formatos; lives, reacts, tutoriais, vídeo-ensaios e quem sabe os próximos a surgir. Desde o frenesi do fast scrolling dos Shorts até a análise profunda permitida pelo formato panorâmico, cada espectador tem a liberdade de explorar um caleidoscópio de conteúdos e transcender as fronteiras dos fandoms esportivos. **É a festa da democracia para o fã de esporte!**

VIBE #1: DEMOCRACIA ESPORTIVA

VÍDEOS RELACIONADOS



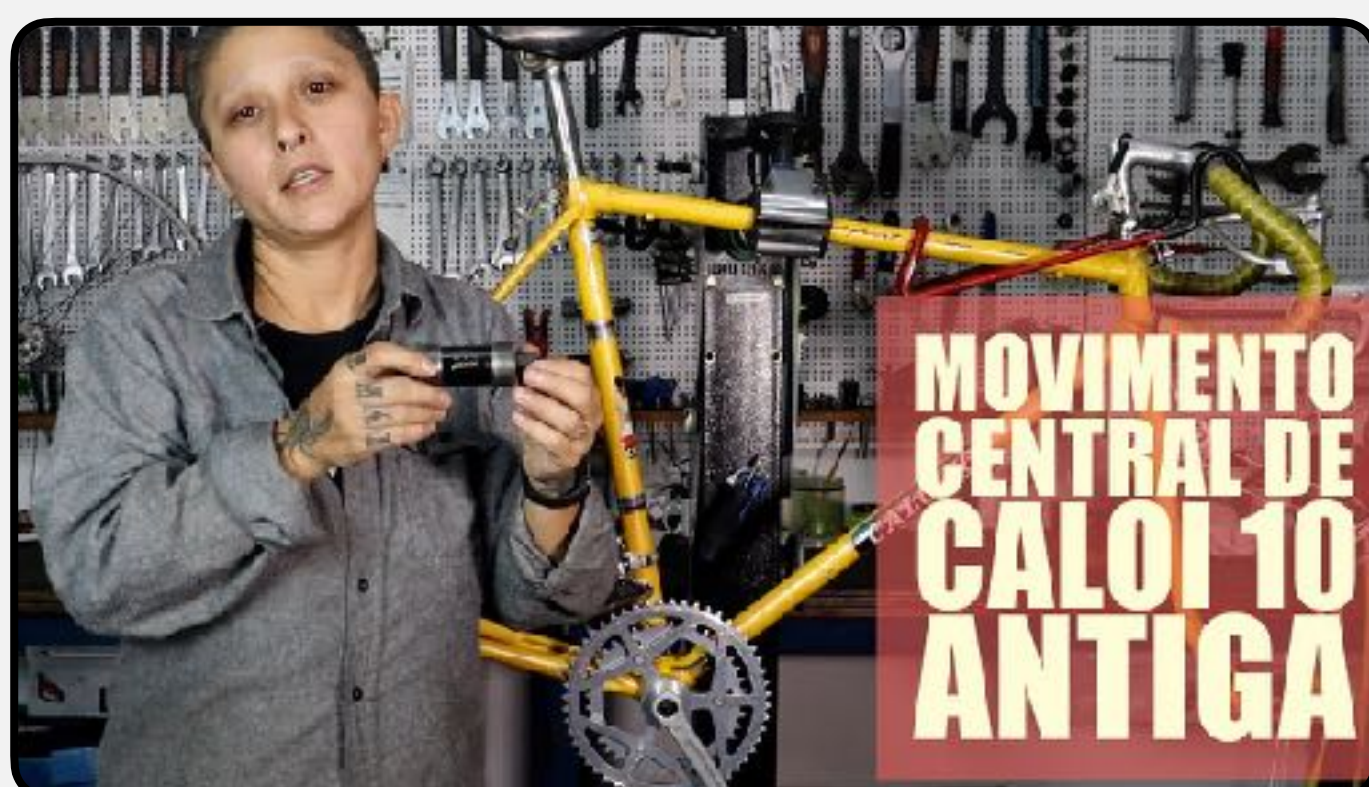
- **Futebol de Rua HD:** Autointitulada como a primeira equipe de futebol de rua do Brasil, a Footz comanda um canal repleto de dribles e bate-papo com muito carisma e criatividade. A equipe quer mostrar uma nova maneira de ver o futebol arte, com alegria e descontração. O sucesso se dá pela proximidade da audiência com os criadores do canal, que filmam seus jogos em quadras e ruas.



- **Vôlei Sete Legays:** Um grupo de Sete Lagoas, cidade de Minas Gerais, vem causando com suas lives de voleibol. Usando essa paixão e a diversão pelo esporte, o Vôlei Sete Lagays, traz em lives e cortes com as afrontosas jogadas do time. O intuito do canal mineiro é inspirar pessoas LGBTQIAPN+ a praticar o esporte.



- **SKTBR:** Pioneiro do skate no YouTube, o canal foi criado em 2012 por Gianluca Zanardi, Ivan Freitas e Breno Alonso. O canal traz manobras, dicas e tutoriais, reacts dos tombos enviados pelos inscritos e desafios. Mais recentemente, também passaram a transmitir ao vivo campeonatos importantes do skate, como **Tampa Pro** e **SLS (Street League Skateboarding)**, democratizando ainda mais o acesso aos campeonatos que ajudam a popularizar e oficializar o skate como um esporte sério.

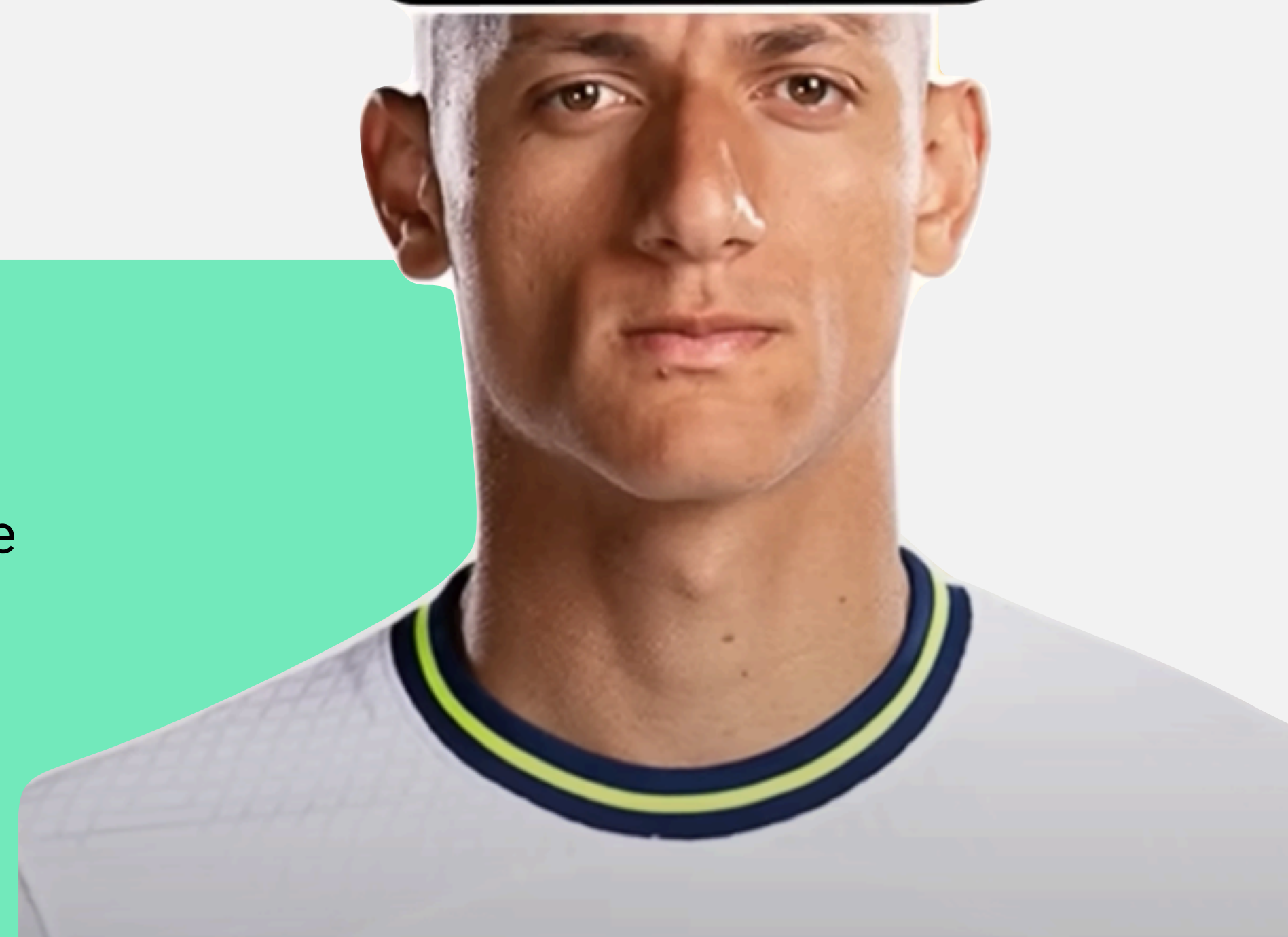


- **Chave Quinze:** Mecânica de bicicleta não tem gênero! É esse o mote do Chave Quinze, canal criado por Gabriela Kato e Talita Noguchi que traz dicas de conserto de bike em vídeos com linguagem simples e acessível, além de entrevistas com mulheres que atuam com protagonismo no universo do ciclismo.

Dentro do YouTube, existem mil possibilidades para cada fã-creator-atleta. A DEMOCRACIA ESPORTIVA amplia o espectro do marketing no esporte. São toneladas de conteúdos e personagens que conectam de maneira profunda e plural as modalidades e o público.


2 ESTILO ALÉM DAS QUADRAS

O ESPORTE INFLUENCIA NOSSA FORMA DE ESTAR NO MUNDO.




Novou na Copa do Mundo do Catar! Calma, nevar é descolorir o cabelo para um tom quase branco, estilo que os jogadores da Seleção Brasileira de Futebol adotaram nos jogos de 2022. Neymar, Richarlison e Rodrygo apareceram “platinados” e, claro, a vibe virou febre.

Eu gosto muito de acompanhar o estilo dos jogadores. A galera do Brasil se inspira muito no estilo da galera de fora, porque eles estão muitos anos na frente! O que eles fizeram há 10 anos atrás, a gente está fazendo agora. Eu pego as melhores coisas que eu me identifico, misturo e trago pra minha vida.

 – Homem, 31 anos, Brasil (Salvador).

A Fórmula 1 também segue muito as tendências do momento e dos diferentes lugares onde as corridas são realizadas, como quando houve vários pilotos com mullets durante o GP da Austrália, porque é um corte de cabelo na moda, e agora, durante o GP de Miami, nota-se uma grande promoção com música latina, que está em alta no momento. O que está na moda muda a cada semana.

 – Homem, 26 anos, México.



VIBE #2: ESTILO ALÉM DAS QUADRAS

Seja no futebol, no basquete ou no skate, o esporte nunca influenciou tanto o que é cool. Pense em como o Air Jordan, tênis criado em 1985, tornou-se um ícone atemporal **que virou até documentário**.

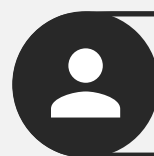
Ou em como o **Athleisure** e o **Tech Wear** revolucionaram a indústria da moda, das fast-fashions às maisons de luxo. Atualmente, qualquer marca, mesmo que não esteja relacionada à aventura, busca se relacionar com esses conceitos de liberdade e adrenalina. E a melhor maneira de transmitir esses conceitos é através de vídeos na web.

Vejo que o que mais eu mais absorvo do basquete é o estilo de ser, a mentalidade de atleta e roupas que se usa fora das quadras. Aí vai desde de o estilo de praticar a modalidade, copiando jeito de um atleta, ou ainda vestindo aquele tênis que o ídolo usa, como ser fascinado pelo Air Jordan.

 – Homem, 33 anos, Brasil (São Paulo).



O estilo de vida dos skatistas é extremamente atraente e comercializável. Marcas como a Supreme, que são marcas de skatistas, podem ter produtos com preços de artigos de luxo, porque, é claro, o cara descolado que veste roupas confortáveis, bebe cerveja, fuma maconha e mostra seu dinheiro, é alguém que hoje é um modelo a ser seguido.

 – Mulher, 35 anos, Chile.



66% das pessoas no Brasil já compraram artigos esportivos por causa de um vídeo do YouTube.

VIBE #2: ESTILO ALÉM DAS QUADRAS

Quando você pensa em um vídeo de skate, qual é a trilha-sonora que vem à mente? Diferente da música de um vídeo de surfe, provavelmente. E tem também as diferenças no treino, dieta, equipamentos, cenário, as possibilidades são infinitas: cada modalidade esportiva tem um “mood” próprio. Por exemplo, o que leva alguém a se encantar por patins quad e não o modelo inline? Quais são as motivações e códigos de desejo atrelados a cada escolha?



Eu nunca gostei de maquiagem, mas depois da campanha da Marta jogando de batom, me vi com esse interesse. Também comecei a usar meia cano médio porque normalmente esse é o estilo de meia que minhas atletas favoritas usam. Apesar de não me apegar à marca em si, me apego ao estilo.



– Mulher, 25 anos, Brasil (São Paulo)

Estilo + esporte é um casamento que vai muito além da estética, impulsionando e refletindo transformações subjetivas. E verdadeiras obsessões. Nossa noção de identidade se conecta e se complementa com o esporte que admiramos. Nesse sentido, o YouTube permite explorar universos de significados para além da prática esportiva em si. O esporte torna-se uma lente que expande o estilo, a identidade e o mundo de cada um de nós.

80% dos brasileiros acredita que o YouTube ajuda a transformar os esportes em estilo de vida.

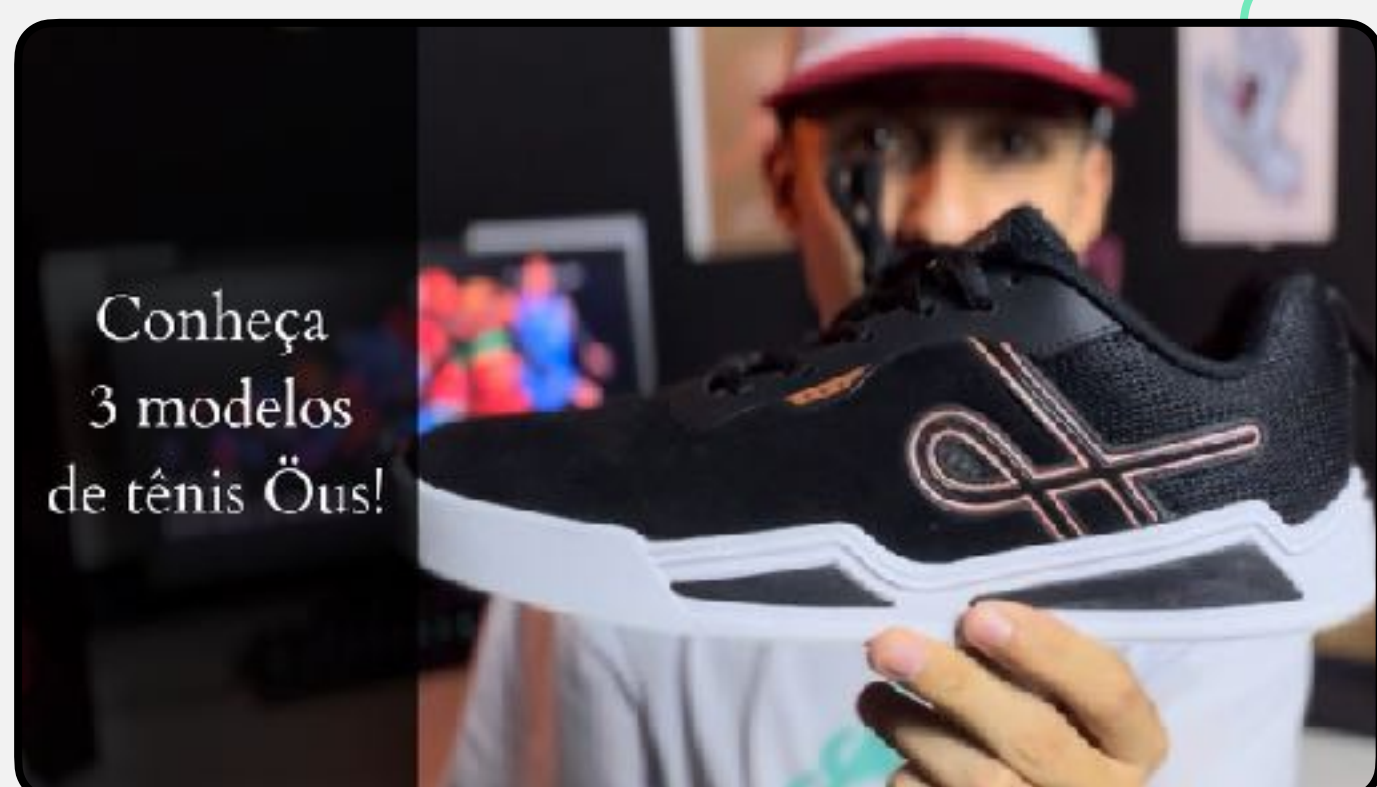


VIBE #2: ESTILO ALÉM DAS QUADRAS

VÍDEOS RELACIONADOS



- **#NaipedeAtleta - Esportudo** - Naipe de Atleta é o novíssimo programa do canal Esportudo, apresentado por Alê Lopes. A ideia é falar sobre moda e lifestyle dentro do esporte, com informação e bom humor. Vale dizer ainda que o canal Esportudo traz diversos “drops” de itens de moda inspirados no universo esportivo, fica a dica.



- **Estilo de Rua:** O canal traz um conteúdo com foco no estilo de moda para o skatista, com dicas que vão desde “qual tamanho de roupa comprar” e “como encontrar seu estilo” a tutoriais de “como dobrar a calça” e indicações de “melhores tênis para o skate”. Tudo isso em meio a dicas para iniciantes que admiram o esporte mas tem medo de subir na “prancha com rodas”.



- **ARO LARANJA:** Heltin é um rapaz que se apaixonou pelo basquete durante a pandemia e criou um canal no YouTube para compartilhar dessa paixão, especialmente do estilo relacionado ao seu esporte favorito - das tranças nagô dos jogadores e dicas de compras de moda às playlists de música trap para jogar o “baska”.




- **Julia Sette:** A corredora amadora Julia Sette fala sobre o universo “runnísitico” de uma forma leve e divertida que, como ela mesma diz, só a endorfina é capaz de proporcionar. Em seu canal, Julia traz muitas dicas de roupas específicas e equipamentos para a corrida, ajudando outras mulheres como ela a mergulharem no esporte da melhor forma possível. E expandindo o tradicional formato de reviews de tênis como **Tênis Certo** e **TÊNIS1MINUTO**.

A fusão entre cultura, estética, identidade e desejo dentro do esporte se traduz em múltiplos significados com enorme poder de influência. Com tantas possibilidades, cultivar e expandir lifestyles esportivos torna-se premissa básica e uma oportunidade de virar o jogo do engajamento online.

3 MEMESPORTS

QUANDO O JOGO É VIRAL.

É possível que alguns esportes só existam devido ao YouTube, já que sem esta plataforma eles não teriam a mesma exposição nem oportunidade de alcançar uma audiência massiva.

 — Homem, 26 anos, México.



Com mais de 154 milhões de inscritos em seu canal, Mr. Beast se tornou um fenômeno. Sua versão do **Round Six na Vida Real**, na qual entregou 456 mil dólares ao vencedor, acumulou uma audiência global de 432 milhões de visualizações no YouTube. Esse sucesso revela como os esportes emergentes e a mídia estão evoluindo.




Ao contrário dos meios de comunicação tradicionais que popularizam esportes existentes, o YouTube e o streaming permitiram criar um novo evento esportivo real baseado na ficção de uma série de televisão. A mídia digital não apenas se adapta, mas também cria esses esportes, mostrando que sua legitimidade não depende de uma instituição, mas das comunidades de criadores e espectadores de conteúdo.

Durante o século XIX, a humanidade viu nascer o futebol, o vôlei, o basquete, entre tantos outros esportes. Agora, parece que estamos no início de uma nova era dourada dos esportes emergentes. Os torneios de parkour, *freerunning*, ultimate frisbee, breakdance, BMX freestyle ou treinamentos crossfit estão competindo pelo reconhecimento institucional e patrocínios oficiais com esportes mais tradicionais.

VIBE #3: MEMESPORTS

Eu penso que todo esporte, toda modalidade esportiva, ela vai nascer de um insight, alguém vai pensar sobre isso e pensar 'porra, podia disputar isso aqui, vamos ver se rola', e aí começa num grupo de pessoas e aquilo vai criando robustez, vai criando tamanho, vai tendo visibilidade. Hoje tudo viraliza muito rápido.

 – Mulher, 29 anos, Brasil (Salvador).

As pessoas agora combinam seu interesse pelos Jogos Olímpicos com a curiosidade viral pelas corridas de bolinhas de gude, chase tag ou corridas de drones. Como os esportes de antigamente, alguns desses fenômenos nascem do desprendimento, mas desta vez, contam com o impulso do streaming. O alcance planetário do YouTube foi o que transformou o **Jerusalema Challenge** em uma coreografia global. Também permitiu que o **Keepie-Uppies Challenge**, o desafio de manter rolos de papel higiênico no ar com chutes, envolvesse atletas do calibre de Messi, Falcao, Piqué ou Kaká, legitimando-o como um evento de massa.




76% dos jovens do Brasil gostam de assistir desafios, jogos e/ou modalidades esportivas inventadas por criadores de conteúdo do YouTube.

Algumas dessas tendências ganham formalidade acelerada. Esse é o caso da **Copa Mundial de Balão**: a típica brincadeira despreocupada em que as crianças evitam que um balão toque o chão, mas desta vez com regras, espaços especializados, patrocinadores, câmeras, streamers e audiências internacionais. Algo que começou como uma piada viral de nicho acabou se tornando um espetáculo multicultural, sob a liderança do lendário streamer Ibai em parceria com Gerard Piqué.

VIBE #3: MEMESPORTS

Creio que esse conteúdo possui um elemento de meme, ou seja, é puramente entretenimento e diversão.

 – Homem, 24 anos, México.



Esses esportes virais normalmente compartilham alguns elementos com os esportes tradicionais, como atividade física, competição, habilidade e estruturação de regras competitivas, ao mesmo tempo que são consumidos como memes, replicáveis, remixáveis e viralizáveis. Também incorporam recursos dos esportes das novas culturas digitais, como interatividade, criatividade e espetáculo. Geralmente, eles atraem grandes e diversas audiências, especialmente entre as gerações mais jovens, porque, nos MEMESPORTS, o aspecto divertido dos esportes não é negociável.

81% dos brasileiros afirma que o YouTube permite ver o lado humorístico dos esportes praticados no país.

No início eu via o Pique e Pega como uma coisa muito boba. Só que o público cresce quando ele tem facilidade de entender o esporte, de entender a prática. Tem regras, tem fundamentos, tem toda uma proposta, e tipo, movimenta muito dinheiro. É um esporte que nasce de outro esporte [parkour] e que não deixa de ser ainda esse esporte, sabe?

 – Homem, 25 anos, Brasil (Rio de Janeiro).

VIBE #3: MEMESPORTS

VÍDEOS RELACIONADOS



- **Ninja Flow** - O canal mistura o Parkour com narrativas audiovisuais inspiradas em videogames, como lidar com um ataque zumbi ou como fugir de seguranças. entre a ficção e os malabarismos cabe também o uso de arco e flecha e a construção de abrigos pós-apocalíptico.



- **Fubeca Maníacos** - Canal dedicado às corridas de bolas de gude, que são narradas como corridas de carros. Contam com pistas complexas, torcida e até patrocinadores. O canal é animado por Ricardo Azevedo com a ajuda de sua esposa Suzana e seu filho Arthur.



- **Foot Table TV** - Canal que divulga o Foot Table ou Futmesa, acompanhando campeonatos e criando conteúdo de entretenimento, seja com jogadores famosos do futebol, seja nas zoeiras nos jogos menos sérios pelo Brasil.



- **Flag Football Brasil** - Canal oficial brasileiro de Flag Football, modalidade que deriva do futebol americano. Traz a cobertura de campeonatos no Brasil e internacionais, informações sobre jogos e notícias sobre as equipes e atletas.

MEMESPORTS nos convida a criar um novo tipo de entretenimento através do esporte. Estender e dar vida à imaginação é um sonho de todos.

ONE MORE THING: YOUTUBE ESTÁ ON

No passado, o YouTube ganhou autoridade como um lugar para assistir aos mais variados tipos de conteúdos esportivos, podendo acompanhar a análise de jogadas, pausar momentos incríveis e reviver os melhores momentos do espetáculo. Agora, o YouTube está em plena evolução para se tornar uma plataforma de conteúdo esportivo ao vivo. O que acontecerá com a forma de consumir esportes a partir de agora será enorme.


Para entender o significado das transformações que virão, precisaremos ir além dos antônimos simplistas e deixar de pensar que o tradicional se opõe ao novo e o mainstream se opõe ao emergente, porque no YouTube todos esses significados se fundem de maneira natural.



ONE MORE THING: YOUTUBE ESTÁ ON

A era do streaming sofrerá cada vez mais transformações. Nos próximos anos, testemunharemos um novo fenómeno na transmissão esportiva, pois as ligas dos torneios mais importantes do mundo estão iniciando negociações sobre os **direitos de transmissão**. Isso abre as apostas para determinar qual plataforma será capaz de registrar da melhor forma todos os espetáculos que estão por vir. Quando os fãs têm a voz, o futuro parece claro:

No futuro, o YouTube se tornará o meio de comunicação mais importante. Acredito que todos os canais de televisão se mudarão para as plataformas do YouTube, oferecendo conteúdo direto e uma programação ao vivo. Além disso, acredito que o YouTube continuará lidando com o tema das assinaturas e oferecerá conteúdo exclusivo, como a transmissão da Copa do Mundo, a final da NBA, a final de Roland Garros...

 – Homem, 25 anos, Peru.

72% dos brasileiros preferem ver transmissões ao vivo do seu esporte favorito no YouTube do que no rádio ou TV.

O YouTube está se tornando a plataforma em que canais de televisão, emissoras tradicionais, conglomerados de mídia e streamers transmitem eventos esportivos ao vivo e em condições iguais, alcançando as maiores audiências do mundo. Ao passar de ser apenas a plataforma "pós-jogo", o YouTube abrange agora a experiência completa. Podemos afirmar que estamos diante do próximo mainstream esportivo.



O JOGO VIROU

AS NOVAS FRONTEIRAS DO ESPORTE NA AMÉRICA LATINA

O **JOGO VIROU** fala da reinvenção esportiva na forma de três Vibes que examinam movimentos emergentes relacionados a esportes no YouTube: A primeira, "**Democracia Esportiva**", explora as novas fronteiras do fandom esportivo. A segunda, "**Estilo Além das Quadras**", mostra como a moda e os estilos de vida se misturam com os esportes para redefinir o consumo. E a terceira, "**Memesports**", explora como o YouTube dá espaço para a criação de novos e divertidos esportes e práticas competitivas.

YouTube Vibes é um estudo semestral que aprofunda essas e outras questões. É uma pesquisa qualitativa e quantitativa realizada pela equipe de Cultura e Tendências do YouTube na América Latina em parceria com a [float](#) — André Alves, Lucas Liedke, Marina "Nina" Grando, David Zuleta, Raul Costa Duarte, Ernesto Abud e Fernanda Garcia.



Para esta edição, convidamos uma comunidade de brasileiros e latino-americanos apaixonados por esporte a participar deste estudo, bem como um painel quantitativo para medir o tamanho das novas Vibes culturais e comportamentais.

AMOSTRA

A coleta de dados para este estudo foi realizada nos meses de maio e junho de 2023 com base na análise das seguintes metodologias:

- Dados quantitativos por meio de uma pesquisa online, realizada com 6.000 latino-americanos - 1.000 por país: Colômbia, México, Peru, Argentina, Chile e Brasil, maiores de 18 anos (Offerwise).
- Grupos focais online com 8 brasileiros entre 20 e 40 anos, nível socioeconômico do ABC, residentes nos estados da Bahia, Recife, Rio de Janeiro e São Paulo.
- Grupos focais online com 10 latino-americanos entre 18 e 35 anos, nível socioeconômico ABC, residentes nos países Argentina, Chile, Peru, Colômbia, México e Brasil.