

& Trends Culture & Trends Culture & Trends



Relatório de Cultura & Tendências

A Revolução do Futebol

Como criadores e comunidades latino-americanas
estão reescrevendo as regras do entretenimento no
futebol.

Trends Culture & Trends Culture

A Nova Era da Transmissão

O belo jogo tem muitos nomes ao redor do mundo, mas para os fins desta reportagem, vamos chamá-lo de futebol.

Os criadores de conteúdo de futebol no YouTube não apenas transformaram o cenário midiático do esporte, mas a indústria do futebol como um todo, deixando de produzir apenas conteúdo feito por fãs para garantir direitos de transmissão e se tornarem os principais destinos para partidas ao vivo e análises que antes pertenciam às redes de televisão tradicionais.

Hoje, os criadores realizam transmissões ao vivo no YouTube para criar um entretenimento esportivo que os fãs aproveitam tanto quanto (ou até mais que) a televisão aberta, oferecendo uma cobertura esportiva interativa, imediata, escalável e centrada no fã.

Reescrevendo os Direitos de Transmissão

Canais como o GOAT transmitem a liga japonesa, a Bundesliga, a Saudi Pro League, a Women's Super League e muito mais. A CazéTV transmite Paulistão, Brasileirão e até já garantiu os direitos para a próxima Copa do Mundo de 2026. Movimentos como esses sinalizam uma mudança tectônica nos acordos de direitos de transmissão, apontando para uma compreensão profunda de onde o público está, de fato, passando o seu tempo.

O maior indício dessa mudança é como a mídia tradicional agora está seguindo o mesmo caminho. TV Globo, ESPN, TNT Sports e TV Azteca estão transmitindo programas ao vivo e digital-first no YouTube, seja para complementar suas ofertas na TV ou para estender direitos de transmissão já existentes.



1B Views

no canal da CazéTV no YouTube,
durante a Copa do Mundo de Clubes da
FIFA 2025

A Nova Tribuna de Imprensa

Os espaços digitais tornaram-se o ponto de origem para uma nova geração de jornalistas, à medida que atletas e ex-atletas, analistas e podcasters abraçam a liberdade criativa que plataformas como o YouTube oferecem para se comunicarem diretamente com seus públicos. Criadores têm encontrado um sucesso particular, como o **Flow Sport Club** e o **Charla Podcast**, que oferecem uma ampla gama de conteúdos sobre o futebol e sua cultura,

assim como ex-jogadores e campeões mundiais como **Denílson** e **Romário**, que usam suas perspectivas únicas para entrevistar atletas atuais e aposentados em seus programas. É essa conexão autêntica e 'ao nível do campo' com o jogo que o público está utilizando para se manter conectado ao esporte.

Criadores



@FlowSportClub
1M INSCRITOS



@CharlaPodcast
1.19M INSCRITOS

Jogadores



@denilsonshow
954 MIL INSCRITOS



@RomarioTVoficial
535 MIL INSCRITOS

Muitos fãs de futebol preferem o YouTube à televisão tradicional: de acordo com um estudo realizado no Brasil e no México, 56% dos fãs de esportes no Brasil e 59% no México concordam que preferem assistir a comentários esportivos profissionais de criadores, atletas e jornalistas online em vez da TV.¹

¹ Google/SmithGeiger, Pesquisa YouTube Trends, MX Abril 2025, N=738 internautas fãs de esportes entre 14-49 anos.
Google/SmithGeiger, Pesquisa YouTube Trends, BR Abril 2025, N=1000 internautas fãs de esportes entre 14-49 anos.

Fandomização do Conteúdo Esportivo

Os criadores estão centralizando a experiência do fã de uma maneira que as emissoras de TV simplesmente não conseguem: eles vão aos jogos e fazem vlogs de suas experiências, acompanham jogadores para mostrar conteúdos do tipo 'um dia na vida', geram milhões de visualizações com vídeos de reação, realizam live-streams para acompanhar as partidas ao vivo e criam arquibancadas virtuais onde os fãs interagem entre si em tempo real. Tudo isso é conduzido pela visão, muitas vezes sem filtros, o que as torna mais autênticas e fáceis de se identificar.

73%

dos fãs de esportes no Brasil assistem ou interagem com comentários e análises esportivas de criadores ou fãs semanalmente.

Google/SmithGeiger, Pesquisa YouTube Trends, BR Abril 2025, N=1000 internautas fãs de esportes entre 14-49 anos.

Os criadores sabem que o seu sucesso depende do relacionamento com seus fãs; é por isso que criam conteúdos que colocam o torcedor 'dentro do jogo', como os vlogs do canal **Futebol pelo Mundo**, ou a grande variedade de formatos do **Passa a Bola**, que inclui podcast, curiosidades e mais.



82%

dos fãs de esportes no Brasil assistem ou interagem com fãs compartilhando suas experiências em eventos esportivos pelo menos uma vez por mês no YouTube.

Google/SmithGeiger, Pesquisa YouTube Trends, BR Abril 2025, N=1000 internautas fãs de esportes entre 14-49 anos.

Essa fandomização desempenha um papel crucial no fortalecimento do senso de comunidade, construindo uma base de fãs ainda mais engajada para além dos estádios. Uma maneira marcante pela qual os criadores estão se fazendo presentes para seus fãs é através de vídeos de desafios que transformam o jogo em uma experiência lúdica. Criados para serem bem-humorados e altamente compartilháveis, esses vídeos surgem em diversos formatos, como desafios de habilidades, competições no estilo game-show e até colaborações com atletas profissionais.



@passabola
208 Mil Inscritos

@canalfutebolpelomundo
749 Mil Inscritos

Os Criadores Entram em Campo

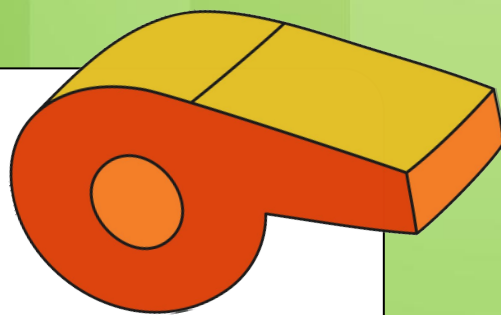
Criadores e fãs não estão se limitando apenas a assistir, transmitir e comentar. Eles estão, de fato, lançando no YouTube e jogando em seus próprios torneios e ligas, como a 'La People's League' no México e a 'Supercopa Desimpedidos' no Brasil. A Kings League, reconhecida globalmente e fundada originalmente pelo ex-jogador profissional Gerard Piqué em 2022, foi projetada pensando em seu público digital: as regras foram criadas por meio de um processo de votação nas redes sociais, e os times podem usar cartas de 'armas secretas' durante as partidas, que concedem power-ups semelhantes aos de videogames.



E o público está comparecendo em peso. Em 2025, os vídeos relacionados à Kings League receberam mais de 326 milhões de visualizações no Brasil.² O impacto entre os fãs é inegável.

67%

dos fãs de esportes no Brasil, concordam que gostam de assistir a vídeos online de desafios, jogos e/ou eventos esportivos inventados por criadores.³



Essas competições respeitam a tradição do esporte, mas falam a língua digital através de uma estética visual dinâmica e vibrante; mas também representam uma mudança significativa na mídia esportiva: eventos esportivos altamente envolventes podem ser criados sem direitos de transmissão multibilionários ou mesmo reconhecimento imediato da mídia tradicional. Em vez disso, esses eventos triunfam por causa do envolvimento do público, dos criadores e das comunidades de fãs.

² YouTube data, Brasil, Janeiro 1 -Dezembro 31, 2025

³ Google/SmithGeiger, Pesquisa YouTube Trends, BR Abril 2025, N=1000 internautas fãs de esportes entre 14-49 anos.

O que isso significa para você

Friends Culture

O crescimento explosivo do conteúdo de futebol e seu impacto no esporte podem ser creditados à maneira como os criadores estão concedendo aos fãs um acesso e um protagonismo sem precedentes.

01

Os criadores de futebol são os novos grandes protagonistas nas transmissões esportivas. Antes limitados aos comentários, os criadores agora realizam a transmissão de partidas profissionais. A expectativa é que o conteúdo de futebol cresça ainda mais, à medida que os grandes eventos utilizam cada vez mais a plataforma para encontrar seus públicos.

02

Para onde os criadores vão, a mídia tradicional vai atrás. O sucesso de canais como CazéTV, GOAT e Desimpedidos inspirou jornalistas, atletas e até redes de televisão inteiras a seguirem os passos desses criadores. A grande mídia está correndo atrás do prejuízo; o YouTube continua sendo a peça-chave para cultivar o relacionamento direto e autêntico que milhões de fãs apaixonados exigem.

03

A arquibancada se torna virtual. Os fãs estão usando o YouTube como uma extensão das arquibancadas dos estádios, assistindo aos jogos virtualmente junto com outros torcedores quando não conseguem ir ao estádio. Os chats ao vivo permitem a interação em tempo real entre fãs do mundo todo, e a possibilidade de criar e publicar seu próprio conteúdo promove um senso de comunidade e engajamento.

04

Os torneios liderados por criadores estão mudando o jogo, literalmente. Competições originais como Kings League e a Supercopa Desimpedidos utilizam combinações inventivas de talentos incluindo atletas, celebridades e criadores de conteúdo que aproveitam um conjunto completo de formatos

