

FUTURE OF SPORT

2024

WORLDWIDE



BY TBWA\

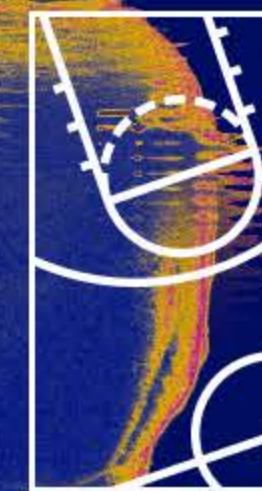
FUTURE OF SPORT

BACKSLASH & DARK HORSES

backslash

DARK HORSES

THE
DISRUPTION®
COMPANY
2024



ALL RIGHTS RESERVED
—
CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY
©TBWA 2024

THE DISRUPTION® COMPANY

INTRODUÇÃO

Bem-vindo ao “Future of Esporte”, uma série em quatro partes do Backslash e Dark Horses que revela o que virá – e, principalmente, o que *deveria* vir – a seguir no mundo do esporte.

Prever o futuro é notoriamente difícil, mas isso se aplica em dobro ao esporte. O esporte é mais complexo do que somos levados a acreditar e mais interligado às nossas vidas do que muitas vezes percebemos. É cheio de paradoxos e contradições. Antever o que vai acontecer a seguir é uma tarefa que precisa ser feita com cuidado. É muito fácil fazer previsões absurdas sobre como a inovação “mudará o jogo”.

A verdade é que muitas coisas no esporte não vão mudar. O esporte extrai seu significado de sua própria história. As conquistas de hoje são comparadas aos recordes de ontem. Como resultado, o esporte pode muitas vezes ser pego olhando para trás enquanto outros setores estão olhando para frente. Os próprios fãs de esportes têm 24% mais probabilidade de se descreverem como tradicionais do que a população em geral¹, indicando uma preferência inerente pelo status quo.

Dito isso, há outras partes do esporte que não apenas estão mudando rapidamente, mas também promovendo mudanças rápidas. Somente na última década, vimos como o esporte pode ser um catalisador para mudanças sociopolíticas mais amplas.

O desafio é tentar traçar a linha entre o que vai mudar e o que não vai. A equipe por trás deste relatório analisou as influências da tecnologia, das mudanças climáticas, da economia e da geopolítica como forças importantes que moldarão o futuro do esporte. Mas equilibramos isso com uma compreensão profunda do comportamento humano e da sociologia do esporte para destacar os temas dos quais as empresas precisam estar mais cientes.

O relatório está dividido em quatro capítulos. No primeiro, olhamos para a evolução social mais ampla no mundo do esporte. “Movimento de Reequilíbrio” explora como o poder está se deslocando entre sexos, regiões do mundo e classes sociais, e analisa como essa mudança de controle criará uma oportunidade de reescrever as regras para melhor.

O capítulo 2, “Fanatismo Sem Fim”, se alicerça nos motivos fundamentais do fanatismo que sempre existiram e sempre existirão. Com esses princípios como guia, nos aprofundamos no que *vai* mudar à medida que a próxima geração de fãs começar a consumir novos esportes de novas maneiras.

Depois de examinar o fã em mais detalhes, nosso terceiro capítulo mergulha no futuro do atleta através das lentes da justiça. Nele, perguntamos: quem tem o direito de competir? Que vantagens devem ser permitidas aos atletas? E como os protegemos física e mentalmente?

Por fim, passamos para o nosso capítulo final, “Esporte, Realocado”, que analisa onde praticaremos esportes no futuro. À medida que os efeitos das mudanças climáticas se tornam cada vez mais impactantes, como o esporte se adaptará? E qual será o papel da tecnologia para garantir que sempre tenhamos um lugar para praticar esportes?

Juntos, esses quatro capítulos abordam os pilares do futuro do esporte: quem o controlará, como fãs o consumirão, quem participará e onde será praticado. Como tal, oferece uma perspectiva de 360° dos seus rumos.

Este relatório levou seis meses para ser compilado com mais de 60 colaboradores. Ele nunca poderia ter todas as respostas, mas esperamos que você o considere uma ferramenta útil ao olhar para sua bola de cristal e tentar tomar as melhores decisões para seu negócio no mundo mutável e sempre emocionante do esporte.





MOVIMENTO DE REEQUILÍBRIO

CAPÍTULO 1

Um movimento de reequilíbrio cultural, geográfico e de gênero está criando uma oportunidade empolgante de reescrever as regras do esporte para melhor. À medida que os próprios alicerces do esporte forem derrubados e reformulados, descartaremos velhos pressupostos sobre o que é considerado um esporte, quais nações o governam e como a influência é dividida entre homens e mulheres.

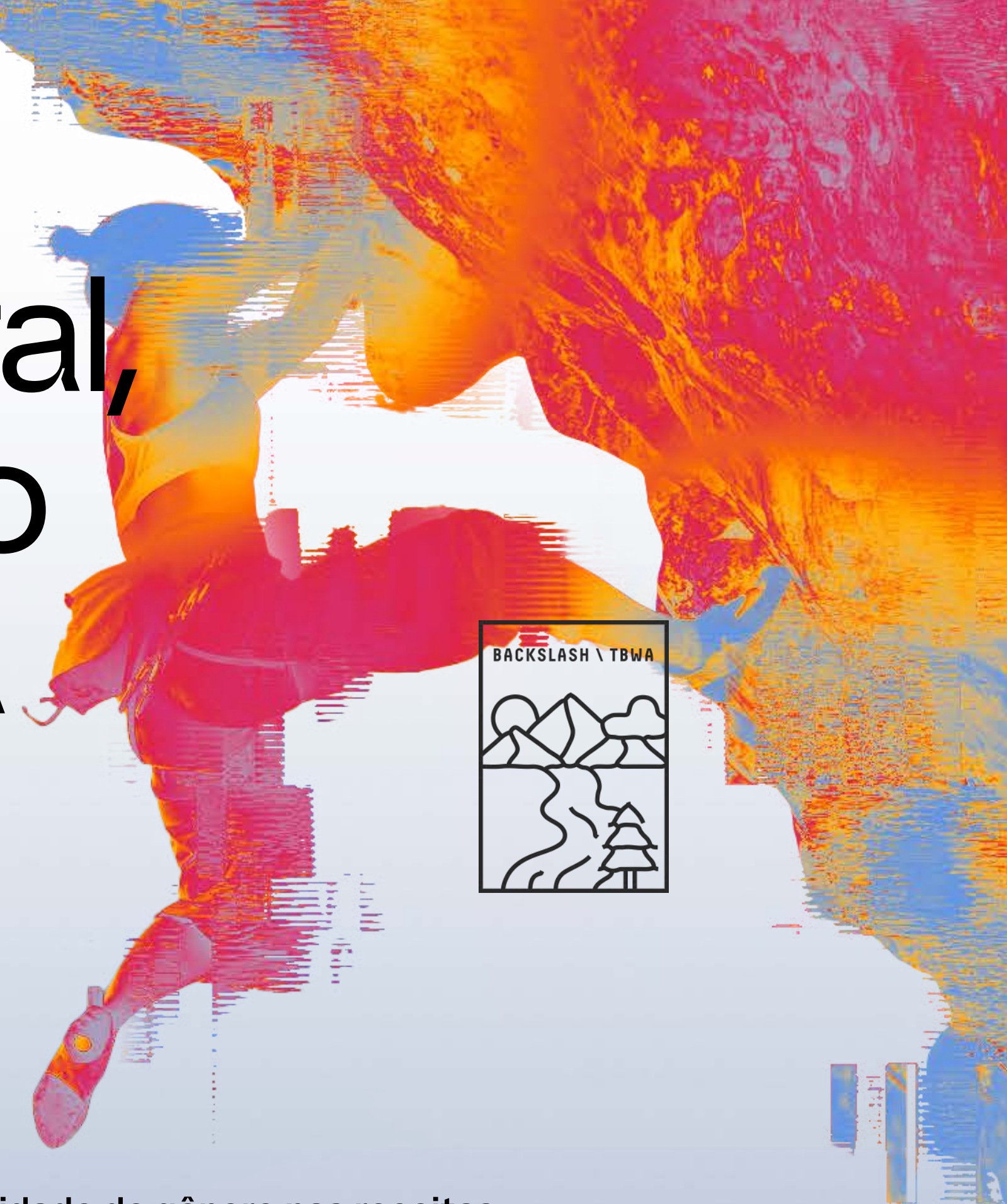




“Aqueles que querem a ‘política fora do esporte’ não desejam isso de fato. Eles querem a ‘política com que não concordam’ fora do esporte.”

Andrew Brandt, apresentador do podcast The Business of Sports

Mudanças no controle cultural, geográfico e de gênero estão desafiando os valores que há muito alicerçam o esporte.



POR TRÁS DA MUDANÇA



A popularidade de “jogos” informais está crescendo rapidamente, desviando a atenção dos maiores esportes do mundo

Padel, pickleball e teqball – antes considerados passatempos de nicho – estão agora entre os esportes que mais crescem no mundo.



Um influxo de dinheiro do Oriente Médio está remodelando a estrutura de poder global do esporte

A Arábia Saudita gastou pelo menos US\$ 6,3 bilhões (£ 4,9 bilhões) em negócios desportivos desde o início de 2021, mais de quatro vezes o que gastou nos seis anos anteriores. ²



A disparidade de gênero nas receitas dos esportes femininos e masculinos está finalmente diminuindo

Espera-se que os esportes de elite femininos gerem receitas globais de [US\\$ 1,28 bilhão](#) este ano, um aumento de 300% em relação a 2021. ³

ESPORTE CONTRA O SISTEMA

PONTO DE ENTRADA 1

A governança esportiva está impregnada de princípios rígidos e costumes ultrapassados. Mas com novos esportes agitando a cena e os antigos assumindo uma atitude anti-establishment, a tradição está sendo desafiada por um mundo do esporte menos elitista e mais diversificado. Este choque cultural porá em causa ideias sobre o que um esporte é e quem está no controle.

Uma definição de esporte em constante evolução

O que torna um esporte um esporte? É uma questão controversa que acende debates acalorados sobre resiliência mental, competição formal e atletismo. A verdade é que não existe uma definição única de esporte. Assim como as línguas, está em constante evolução.

No século XIX, muitos dos nossos esportes mais populares foram formalizados por comitês e estabeleceram-se regras. Mas cada vez mais assistimos ao surgimento de novos esportes fomentado por interesses de nicho e algoritmos sociais. As Olimpíadas estão na vanguarda da formalização desses novos esportes. A cada edição vemos novas adições. Tóquio viu a [escalada esportiva](#), o [skate](#), o surfe e o caratê; Paris introduzirá o [breakdance](#) em 2024; e o flag football e o squash farão parte dos jogos de 2028 em Los Angeles.

Mais interessante do que quais esportes estão sendo formalizados é como e por que esses esportes estão ganhando popularidade. Os dois principais ingredientes que fomentam seu apelo são a acessibilidade e a capacidade de compartilhamento. É por isso que o pickleball e o padel crescem tão rápido. São mais divertidos e fáceis de jogar do que o tênis tradicional ou o squash, mas também criam oportunidades para clipes virais inacreditáveis. É a mesma razão pela qual as [artes marciais](#) e os esportes eletrônicos também ganharam tanta força, e pela qual esportes como o [spikeball](#), o [teqball](#) e o [slacklining](#) estão começando a se estabelecer em espaços profissionais. Estamos até vendo esses esportes começarem a se fundir – [PickleSpike](#), alguém?

**DARK
HORSES**

Essas novas opções estão começando a desafiar seus antecessores mais tradicionais que podem ter esquecido suas raízes. O tênis já foi um jogo de quintal, divertido e para todos. À medida que foi formalizado, tornou-se mais complicado e adquiriu conotações mais amplas de classe. Será que ele perdeu algo que o padel e o pickleball proporcionam? Da mesma forma, será que o slacklining oferece uma alternativa mais acessível e descontraída à ginástica tradicional?

À medida que esses jogos adorados evoluem para esportes oficiais, há muito a se ganhar – e potencialmente a se perder. Por um lado, há um grande orgulho em ver o seu esporte reconhecido em um palco enorme como as Olimpíadas. Mas, por outro, essa credibilidade traz o risco de perder o espírito da disciplina. Estamos vendo isso com [preocupações](#) sobre como a pontuação olímpica pode afastar o breakdance de suas raízes negras, bem como com [temores](#) de que a legitimação do pole dancing possa despi-lo de sua sensualidade. Para as marcas que entrarem nesses espaços, preservar a individualidade e abraçar o estilo de vida será essencial para não estragar a vibe. Pense menos convencional, mais excêntrico e autêntico.

Contracultura assume a titularidade

As gerações futuras não estão apenas criando novos esportes, mas também se apropriando de esportes tradicionais à sua maneira. Assistimos cada vez mais a uma reação em determinados esportes com profundas conotações de classe que anteriormente eram propriedade cultural dos ricos. O golfe é um exemplo clássico.

“O esporte não precisa ser radicalmente reinventado para a mudança acontecer. Às vezes, essa mudança vem puramente de quem detém a posse cultural de determinado esporte.”

Tradicionalmente um símbolo de elitismo e praticado entre os jardins murados dos clubes de campo privados, o esporte agora está sendo desafiado pela contracultura. Em uma área moderna de Los Angeles, por exemplo, uma marca voltada ao golfe chamada [Metalwood Studio](#) está usando a moda urbana para trazer jogadores mais jovens, mais modernos e mais diversificados para os campos de golfe.

Isso não está acontecendo apenas no golfe. Há uma [rebelião](#) de inspiração punk semelhante acontecendo na patinação artística. O fenômeno global da moda chamado [Gorpcore](#), que vê a geração Z usando vestuário altamente técnico em ambientes urbanos, está desafiando a propriedade dos esportes ao ar livre. E na China, uma [campanha recente](#) da Adidas destaca como os agricultores rurais estão abraçando o yoga, tomando a atividade de volta dos urbanoides mais abastados do mundo ocidental.

Todos estes são exemplos de como as tradições esportivas culturais estão sendo reescritas por diferentes grupos demográficos. O esporte não precisa ser radicalmente reinventado para a mudança acontecer. Às vezes, essa mudança vem puramente de quem detém a posse cultural de determinado esporte. E cada vez mais vemos novos grupos assumirem o controle de coisas que são importantes para eles.

Uma reapropriação cultural

Conforme jogos de nicho se legitimam e esportes tradicionais se tornam menos quadrados, veremos narrativas desatualizadas serem reescritas de forma revigorante. Para as marcas, isso representa uma oportunidade de rejeitar as regras e virar estereótipos esportivos de cabeça para baixo. Não presuma que determinado esporte é de propriedade permanente de um único grupo demográfico ou cultural. Em vez disso, empurre os esportes – emergentes ou convencionais – para territórios inesperados, usando arte, música, moda, mídia e personalidades únicas para adicionar cor e apagar o elitismo. A justaposição entre o antigo e o novo, o conservador e o moderno, é uma receita perfeita para a criatividade.

E SE...



Parcerias inesperadas de moda, mídia e arte trouxessem grupos demográficos negligenciados para esportes excludentes?



Um tipo novo e menos convencional de competição global abrangesse todos os jogos que atualmente não são incluídos nas Olimpíadas?



Uma grande marca patrocinasse entusiastas de esportes de rua amadores, voltando a atenção a atletas do cotidiano que estão levando o esporte a novos territórios?

O GRANDE REGOVERNO

PONTO DE ENTRADA 2

O esporte, há muito tempo propriedade cultural do Ocidente, está migrando para o Oriente. À medida que o Oriente Médio e outras regiões investem muito dinheiro na sua ambição de governar o esporte global, assistiremos a um grande realinhamento de recursos, influência, valores e controle. Face a essas tensões, utilizar o esporte para unificar em vez de dividir se tornará mais desafiador e mais importante do que nunca.

Controle cultural do esporte vai ao Oriente

Os esportes modernos como os conhecemos são uma invenção da cultura ocidental. Embora muitas nações reivindiquem a autoria de jogos parecidos, a verdade é que o futebol, o futebol americano, o rugby, o críquete, o beisebol, o hóquei e quase todos os outros esportes populares mundialmente foram formalizados no Ocidente antes de serem exportados para um mundo cada vez mais globalizado. Como resultado, o poder de governação desses esportes – e o controle cultural que o acompanha – ainda reside predominantemente no Ocidente.

Contudo, isso está começando a mudar, à medida que o poder se desloca para o leste. O exemplo mais óbvio disso é o LIV Golf, o novo circuito promovido pela Arábia Saudita que dividiu o golfe profissional masculino em dois. Isto é visto como uma afronta particular devido à função do golfe como símbolo do capitalismo ocidental. Intimamente ligado aos negócios, há muito é um farol aspiracional em países como a Coreia e o Japão e na África – daí a razão pela qual a medida agressiva da Arábia Saudita atingiu um ponto tão sensível.

O mesmo se aplica à Saudi Pro League no futebol. Ao visar ativamente as maiores estrelas da Europa, a estratégia da Arábia Saudita é clara: ela não está apenas tentando criar um produto rival, mas está literalmente se apoderando da propriedade cultural do mundo ocidental. Isto será ainda mais amplificado quando a Arábia Saudita quase certamente sediar a Copa do Mundo da FIFA em 2034.



“O que estamos começando a ver é essa interseção entre geografia, política e economia moldando o esporte. O que os países estão tentando fazer é criar identidade, acumular poder, projetar esse poder e exercer influência por meio do esporte.”

Simon Chadwick, professor de esportes e economia geopolítica na Skema Business School

Para sermos claros, a Arábia Saudita não está sozinha nas suas ambições. A Índia tornou-se a grande potência comercial do críquete com o sucesso de sua Premier League indiana e equipes internacionais – assumindo o firme controle de um jogo que lhes foi apresentado pelos colonizadores. Mais a leste, a China se tornará um player cada vez maior conforme o investimento flui para as ligas chinesas. Da mesma forma, o circuito de golfe feminino na Coreia se tornou uma força dominante que rivaliza com a LPGA. A Rugby League One do Japão está tendo sucesso comercial enquanto muitas ligas europeias enfrentam dificuldades.

Aqueles que conhecem bem a geopolítica do esporte dizem que é apenas o começo. “Daqui para frente, a Europa não está no comando; os Estados Unidos não estão no comando”, afirma Simon Chadwick, professor de esportes na Skema Business School, em Paris. “Em termos gerais, os países do Sul Global – pelo menos em termos desportivos, são os países que têm o poder e a influência.” A manutenção desse poder, no entanto, dependerá da qualidade das ligas e da sua capacidade de [atrair multidões](#) e gerar fidelidade de longo prazo dos torcedores. Levar os jogadores até lá é apenas um elemento da equação.

Um futuro fragmentado

Essa mudança na governança está expondo divisões culturais muito mais profundas. Já vimos atletas de renome como Cristiano Ronaldo e Jon Rahm enfrentarem duras críticas por seguirem o dinheiro. Essa reação torna-se ainda mais intensa quando valores pessoais entram em jogo, como testemunhamos quando o jogador do Liverpool [Jordan Henderson](#), um defensor declarado dos direitos LGBTQ+, decidiu se mudar para a Arábia Saudita.

Ao mesmo tempo, a expansão para o leste significa que as maiores estrelas do esporte deixarão de competir entre si no mesmo local, criando uma distribuição mais fragmentada de poder e atenção. E embora alguns se preocupem que isso possa diluir o fanatismo em nações obcecadas pelo esporte, uma visão mais otimista é que também permitirá que as marcas se conectem com mercados inteiramente novos que anteriormente eram difíceis de alcançar.

Acima de tudo, essas mudanças estão nos obrigando a confrontar questões muito maiores sobre o que o esporte realmente representa. Para muitos, é um lembrete desconfortável de que o esporte sempre foi uma indústria controlada pelo dinheiro. Muitas vezes, só quando o dinheiro muda de lugar é que começamos a questionar a responsabilidade de um jogador para com o seu país, ou de um torcedor para com uma equipe específica.

As empresas precisarão estar especialmente atentas à forma como conduzirão essas conversas no futuro – principalmente à medida que entram em países com pontos de vista opostos. Será que as marcas com valores muito ocidentais e liberais acabarão mudando de tom quando eventos esportivos globais forem realizados no Oriente? Ou eles reforçarão ainda mais sua postura? Este certamente será um debate central da Copa do Mundo da FIFA de 2034 na Arábia Saudita, assim como foi no Catar em 2022.

É importante lembrar também que é impossível ser apolítico. Até o silêncio é uma declaração forte sobre sua posição. Mas se encararmos isso como uma oportunidade de unir em vez de dividir, e de repensar coletivamente algumas das tradições ultrapassadas do esporte, o futuro começa a parecer um pouco mais positivo.

E SE...



As marcas aproveitassem a expansão global do esporte como uma oportunidade para alcançar novos públicos?



Os patrocinadores esportivos reacendessem o orgulho nacional explorando histórias, ícones e tradições locais?

A ERA DA INFLUÊNCIA FEMININA

PONTO DE ENTRADA 3

Os esportes criados por e para homens estão sendo repensados através de uma lente inclusiva. À medida que evoluímos para além da simples celebração da participação das mulheres ou da imitação do que funcionou para os homens, a próxima era verá os esportes femininos se tornarem tão populares que começarão a influenciar suas versões masculinas.

O esporte como o conhecemos foi criado a partir do olhar masculino. Jogos como rugby e futebol, por exemplo, foram literalmente criados por homens para homens. Eles surgiram em escolas exclusivamente masculinas como uma forma de domar meninos indisciplinados, por isso refletem vagamente um combate simulado. As mulheres nem sequer foram consideradas, e muito menos incluídas, quando esses jogos foram criados.

A era da participação

Não devemos subestimar o quanto as mulheres tiveram que trabalhar para serem trazidas para esse mundo criado pelos homens. Durante mais de 150 anos, as mulheres foram fustigadas por intensas forças sociais, práticas e até legislativas. Por mais ridículo que pareça agora, o futebol feminino foi proibido no Reino Unido de 1921 a 1970 – atrasando-o absurdos 50 anos.

Portanto, não deveria surpreender que o marketing inicial do esporte feminino se concentrasse em aumentar a participação. Ao longo da década de 2010, repetidamente viam-se marcas aderindo à luta para aumentar a visibilidade e promover o envolvimento no esporte feminino. E embora essas campanhas tenham feito muita coisa boa, elas também tiveram três efeitos colaterais negativos. Em primeiro lugar, reforçaram uma divisão de gênero “nós contra eles” que não ajuda no longo prazo. Em segundo lugar, forçaram as mulheres a tentarem se enquadrar na versão masculina do esporte com mensagens do tipo “nós também somos capazes”. E, por fim, ao fazer do esporte feminino uma causa sociopolítica em vez de um produto de entretenimento, essas primeiras campanhas disseram às pessoas que se tratava de algo que elas deveriam ver, não necessariamente algo que fossem querer ver.



A era da imitação

Desde então, passamos da era da participação para o nosso estado atual: a era da imitação. Os profissionais de marketing já não posicionam o esporte feminino como uma causa social, mas sim implementam as mesmas estratégias utilizadas para vender com êxito o esporte masculino há décadas. Essa abordagem voltada ao entretenimento significa que criamos superestrelas, dramatizamos rivalidades e promovemos grandes momentos. As marcas estão finalmente ganhando manchetes com o que de fato acontece no jogo e não apenas comemorando o simples fato de as mulheres estarem jogando.

A era da influência

O próximo capítulo desse movimento de reequilíbrio trata da igualdade de influência. Cada vez mais esperamos ver o futebol feminino influenciando o masculino, para que o esporte como um todo seja mais equilibrado. O tênis é um bom exemplo de esporte que foi construído dessa forma desde a concepção e uma das principais razões pelas quais é hoje o esporte feminino de maior sucesso comercial.⁴

Ainda não é tarde para corrigir retrospectivamente e reescrever a narrativa do esporte de uma forma mais equilibrada em termos de gênero. Na verdade, vários sinais indicam que isso já está acontecendo. Basta ver como o World Rugby, tradicionalmente um dos esportes mais orientados para os homens, adotou títulos de torneios neutros em termos de gênero e aumentou o número de mulheres nos conselhos.

Esse é apenas o começo de um futuro mais justo. Prevemos que equipes e ligas esportivas femininas se tornarão tão populares que começarão a influenciar suas versões masculinas. O Arsenal Women’s Football Club, com patrocinadores como a [Makiage](#), está tornando o futebol mais descolado, mais acessível e mais divertido para muitas pessoas no norte de Londres. Da mesma forma, na Austrália, as [Matildas](#) se tornaram o time mais adorado de um país fanático por esportes.

Também começaremos a ver mais mulheres ocupando cargos de autoridade no esporte masculino. Isso inclui treinadoras, árbitras, consultoras, legisladoras e altas profissionais de marketing. Na África, a recente inclusão de árbitras de futebol na [Copa Africana de Nações](#) é um excelente exemplo disso. Da mesma forma, dez mulheres agora ocupam cargos efetivos de treinadora na NFL, o maior número da história.

Novas formas de mídia também terão um papel. Embora a cobertura esportiva tradicional ainda se concentre obstinadamente nos homens, outras oportunidades estão surgindo. No mundo dos games, por exemplo, a EA Sports FC está testando funcionalidades inovadoras exclusivamente com equipes femininas.

Por último, prevemos um aumento do esporte misto tanto em ambientes educacionais como profissionais, particularmente com novos esportes e eventos que visam a reunir todos os gêneros. A lenda da NBA Kevin Garnett anunciou recentemente o [STR33T](#), uma liga de basquete 3 contra 3 com uma mistura de equipes masculinas, femininas e mistas que competirão lado a lado durante um período de quatro semanas. [Torneios mistos de golfe](#) também foram testados com sucesso no PGA Tour e no DP World Tour, enquanto as Olimpíadas de Paris deste ano incluirão um recorde de 20 [eventos mistos](#).

E SE...



As ligas mistas fossem usadas não apenas para aumentar a participação esportiva entre crianças, mas também para fomentar o respeito mútuo desde a infância?



As ligas esportivas estabelecessem um número mínimo de cargos de liderança ocupados por mulheres, alcançando a paridade de dentro para fora?



As equipes masculinas se inspirassem descaradamente no esporte feminino, virando o padrão duplo de cabeça para baixo?

É só o aquecimento

Apesar desses sinais encorajadores de progresso, ainda há trabalho a fazer – especialmente em termos de paridade financeira. Com uma quantidade recorde de dinheiro fluindo para o esporte feminino através de direitos televisivos e contratos com marcas, ainda há uma diferença significativa na forma como esses fundos chegam às jogadoras. Basta ver como Caitlin Clark, a maior artilheira da história do basquete da NCAA e primeira escolhida no draft da WNBA, ganhará um salário de US\$ 76.535 este ano, enquanto o primeiro escolhido da NBA arrecada US\$ 10,5 milhões. Não é que essas jogadoras estejam pedindo o mesmo que os homens recebem. Eles estão simplesmente pedindo que recebam a mesma porcentagem da receita compartilhada. As mulheres recebem atualmente cerca de [10%](#) da receita total da WNBA, enquanto o acordo coletivo da NBA dá aos jogadores 50%.⁵

A próxima era de progresso não se resume à remuneração ou participação. Trata-se de fazer com que todos os gêneros se sintam igualmente bem-vindos para assistir, praticar e trabalhar com esporte. E numa momento em que as ligas estão desesperadas para aumentar o número de torcedores, incluir ativamente os outros 50% do seu mercado potencial parece ser um ponto de partida sensato.

CAPÍTULO 2

FANATISMO SEM FIM

Novas tecnologias, modelos de propriedade e tipos de cobertura midiática estão permitindo que os fãs de hoje se aproximem mais do que nunca da ação – abrindo as portas para um mundo do esporte mais íntimo e interativo. Mas quando a novidade acabar, as inovações com verdadeiro poder de permanência serão aquelas enraizadas nos motivos fundamentais do fanatismo: um senso de ficção compartilhada, a reverência pelos heróis atléticos e a necessidade de identidade social.



“Se você quer saber como será o futuro da torcida, um ponto de partida inteligente é ver como os torcedores sempre se comportaram.”

Melissa Robertson, CEO da Dark Horses



As expressões de torcida estão se tornando mais pessoais e participativas – transformando os torcedores de apoiadores passivos para colaboradores ativos.

POR TRÁS DA MUDANÇA

→ A tecnologia de realidade estendida está criando novas oportunidades de imersão e engajamento

Ao receber uma lista de seis experiências diferentes de realidade virtual ligadas a esportes, cerca de [70%](#) dos torcedores da geração Z e dos millennials se interessaram por pelo menos uma delas. As principais atividades de interesse incluíam jogar games em realidade virtual relacionados a esportes, assistir esportes ao vivo do ponto de vista de um atleta e comparecer remotamente a um evento esportivo ao vivo.⁶

→ A cobertura da mídia se estende para muito além do campo, oferecendo uma visão mais íntima da vida dos atletas

Um boom de documentários esportivos está em andamento, com futuras séries cobrindo os [Boston Red Sox](#), [recebedores da NFL](#), [estrelas da NBA](#), a [Major League Soccer](#), [pilotos da IndyCar](#) e muito mais. Ao mesmo tempo, mais atletas estão produzindo seus próprios conteúdos que levam os torcedores aos bastidores.

→ A IA está permitindo que o torcedor escolha e personalize sua própria experiência como espectador

Prevê-se que o mercado de IA generativa nas análises esportivas ao vivo (incluindo personalização para torcedores) atinja [US\\$ 2,3 bilhões](#) até 2032. A título de comparação, eram US\$ 170,5 milhões em 2022.⁷



BACKSLASH
ANALYTICS

FICÇÃO COMPARTILHADA



PONTO DE ENTRADA¹

O que não mudou

Se você acredita que uma nota de US\$ 100 é valiosa e outra pessoa também acredita que é valiosa, então ela é valiosa. Os torcedores esportivos são iguais – só importa porque outros também acreditam que importa.

Os dois construtos que sempre moveram essa ficção compartilhada são o espetáculo e a história. O espetáculo é o que faz o mundo inteiro parar para assistir a determinado jogo. É por isso que [19 dos 25](#) programas mais assistidos de todos os tempos são Super Bowls.⁸ Mas, embora o espetáculo possa atrair torcedores casuais, é a história que sustenta uma torcida mais profunda e duradoura. Os triunfos, derrotas, viradas, heróis e vilões que vivem na memória dos torcedores são o que cria lendas e significados no esporte. É aí que reside o verdadeiro poder do fanatismo no esporte e, portanto, é nisso que as estratégias futuras devem estar alicerçadas para terem sucesso.

Conexão além da geografia

Historicamente, as histórias do esporte mais próximas do seu coração também eram as mais próximas de onde você morava. Agora, graças às redes sociais e a um mundo mais conectado em geral, os torcedores podem acessar e investir em histórias que vão muito além dos limites de seu código de área. Uma [pesquisa](#) recente descobriu que a maioria dos torcedores entre 18 e 29 anos nos EUA torce por um time de fora do local onde cresceram (54%) ou do local onde moram atualmente (64%).⁹ Isso marca uma mudança notável na fidelidade à cidade natal mantida pelas gerações anteriores. Por sua vez, veremos novas comunidades digitais como o [Fanera](#) que são forjadas primeiro pelo interesse e depois pela localização.

Curiosamente, essa falta de limites geográficos também está criando oportunidades para que esportes locais ganhem um nível de atenção mundial sem precedentes. A popularíssima [liga de basquete de vilarejos](#) na China rural é um exemplo perfeito. Realizados nas colinas escarpadas da província de Guizhou, os jogos gratuitos da CunBA são transmitidos ao vivo em Douyin e assistidos por milhões de torcedores que são atraídos pela pureza da liga. Mesmo sem grandes patrocínios ou verbas da mídia, a história é forte o suficiente para atrair torcedores organicamente dentro e fora da China.

As torcidas esportivas são um exemplo clássico de ficção compartilhada: um conceito imaginário que detém poder puramente porque a sociedade em geral acredita nisso. Essa realidade inventada é fundamental para a compreensão da torcida. Ao longo dos séculos, ela evoluiu, mas nunca foi quebrada. E em 2024, essas histórias compartilhadas estão se tornando mais pessoais, acessíveis e sensacionalizadas do que nunca – inaugurando uma nova e empolgante era de entretenimento esportivo.

/ 2024

CAPÍTULO 02



FUTURE OF
SPORT

DISRUPTIVE COMPANY®

Realidades personalizáveis

Não só temos acesso imediato a histórias esportivas de todo o mundo, como também podemos consumir uma única dessas histórias de centenas de maneiras diferentes. Se um jogo importante era transmitido em apenas algumas redes de TV, por exemplo, agora ele é coberto por vários serviços de streaming, canais de redes sociais e podcasts – todos com sua perspectiva e estilo narrativo únicos.

Isso, por sua vez, está permitindo que as coberturas esportivas assumam versões diferentes para públicos diferentes que, sem isso, poderiam não se interessar – como as crianças. A NFL está na vanguarda disso. No ano passado, ela firmou parceria com o Disney+ e a ESPN+ para lançar uma transmissão com a temática de Toy Story, usando tecnologia de captura de movimento para animar os jogadores como se fossem brinquedos no quarto de Andy. A ESPN disse que foi o [maior evento ao vivo](#) do Disney+ até hoje. Da mesma forma, a peculiar transmissão para crianças do Super Bowl de 2024 no Nickelodeon teve uma média de cerca de [1,2 milhão](#) de espectadores.¹⁰

No futuro, as oportunidades de personalização seguirão sendo ampliadas por ainda mais dados e [tecnologias imersivas](#). Imagine assistir a uma transmissão totalmente personalizada que enfatiza as estatísticas de seus jogadores favoritos, fornece atualizações ao vivo na tela sobre sua classificação na fantasy league e é visualizada no ambiente imaginário de sua escolha. Por mais distante que possa parecer, as coisas já estão indo nessa direção. Em fevereiro, a NBA [lançou](#) uma ferramenta de IA generativa ativada por voz que pode mudar o jogo para modos estéticos alternativos. Durante a demonstração, a IA respondeu a um pedido para ver um jogo dos Indiana Pacers ao vivo “como um filme do Homem-Aranha”, convertendo rapidamente a filmagem em uma estética de super-herói com jogadores animados, gráficos de quadrinhos e música dramática.

Para garantir que este novo nível de individualização não prejudique a sensação de comunidade, será fundamental permitir interações entre os torcedores. Haverá uma maneira de convidar pessoas para a sua realidade única de experiência compartilhada? Os torcedores ainda poderão conversar ao vivo e compartilhar suas reações em diferentes modos?

“Não assistimos esportes pela felicidade; assistimos pelo drama. Na vida e nos esportes, as pessoas querem experimentar o êxtase de estar plenamente vivas, com dificuldade e derrota e miséria e ressurreição, heroísmo e encantamento e aquelas sequências de vitórias curtas e enganosas que acendem novamente as chamas do otimismo irracional.”

David Brooks, [The New York Times](#)

Espetáculo e história se confundem

A terceira grande mudança na nossa ficção compartilhada é a indefinição acelerado dos limites entre o esporte e o entretenimento. Isso é evidente na forma como o esporte ao vivo está sendo transformado à medida que os detentores de direitos turbinam o espetáculo em seus eventos. Max Verstappen [descreveu](#) o primeiro Grande Prêmio de Las Vegas como “1% esporte, 99% show”, enquanto o LIV Golf está desafiando o status quo com shows, músicas para os jogadores e [“buracos de festa”](#) dedicados. O aumento do apadrinhamento de equipes por celebridades – desde Ryan Reynolds comprando o Wrexham até Michael B. Jordan investindo no Bournemouth FC – também está tornando o modelo de negócios tradicional do futebol mais voltado ao entretenimento.

Algo para todos

O tema unificador em todas essas três mudanças é um esfacelamento das limitações. Os torcedores de hoje podem optar por jurar lealdade a qualquer time, de qualquer lugar, e consumir qualquer versão de uma história (ou espetáculo) esportiva que lhes agrade. As marcas podem se envolver abrindo novas portas para o esporte por meio de entretenimento universalmente cativante ou interesses adjacentes. Afinal, a beleza da ficção compartilhada é que ela oferece algo para todos – até mesmo para aqueles que não se consideram torcedores.

E SE...



Novas plataformas alimentassem o fanatismo global em torno de jogadores amadores e ligas de base, trazendo visibilidade para histórias esportivas não contadas?



As marcas dessem aos torcedores um papel ativo nas histórias esportivas que eles adoram, tornando-os personagens principais, em vez de espectadores passivos?



Experiências de visualização personalizáveis que permitissem que torcedores definam sua dose ideal de dados, estimulação sensorial e espetáculo?

SIGA SEUS HERÓIS

PONTO DE ENTRADA 2

Os maiores ativos das histórias esportivas são, e sempre foram, seus heróis. Mas, embora esses heróis antes fossem figuras intocáveis na tela da TV, agora eles estão se tornando competidores diretos nos videogames que jogamos, treinadores pessoais em nossas vidas diárias e estrelas de documentários intimistas. Este novo nível de proximidade significa que estratégias unidimensionais de engajamento entre jogadores e torcedores não serão mais suficientes.

O que não mudou

A conexão entre os torcedores e seus heróis sempre existiu. Milo de Croton ganhou seu 6º título olímpico de luta livre em 520 a.C. e pinturas dele ainda estavam sendo criadas em 1900. Mais de dois mil e quinhentos anos depois, esse mesmo nível de admiração é evidente ao nosso redor – desde pôsteres que adornam as paredes dos quartos das crianças até réplicas de camisas usadas nas ruas.

Esse desejo de celebrar e immortalizar os nossos heróis de formas tangíveis não é novidade. O que é novidade, no entanto, são as plataformas e tecnologias *intangíveis* que nos deixam mais próximos dos nossos atletas favoritos do que jamais imaginávamos ser possível.

Jogue com seus heróis

Antigamente, o mais próximo que se podia chegar dos atletas profissionais era observá-los das arquibancadas. Mas não é mais o caso, pois a tecnologia nos coloca em ação ao lado deles. No jogo F1® World, por exemplo, os fãs do automobilismo podem tentar bater os tempos de volta estabelecidos por estrelas como Max Verstappen e Charles Leclerc. A plataforma de ciclismo Zwift levou esse conceito um passo adiante com corridas que permitem que amadores compitam contra profissionais em tempo real.

E se competir com seus heróis não é proximidade suficiente, por que não fingir ser eles? Veja como o Aston Villa está colocando [câmeras e microfones](#) nos jogadores para que os torcedores possam vivenciar o jogo do seu ponto de vista, ou como o [aplicativo da NBA](#) permite que os usuários se escaneiem para criar seu próprio avatar que se sobrepõe a um jogador de verdade em tempo real. Com 66% e 62% dos fãs de esportes das gerações Y e Z, respectivamente, [afirmando](#) que pagariam para assistir a um evento esportivo da perspectiva de um atleta em realidade virtual, essas ativações são apenas o começo.¹¹



Treine como seus heróis

Talvez ainda mais interessantes do que a forma como acompanhamos nossos heróis durante o jogo sejam as novas maneiras como podemos monitorá-los fora dele. Já estamos vendo isso com atletas reverenciados como [Cristiano Ronaldo](#) lançando seus próprios aplicativos de bem-estar que permitem aos torcedores reproduzir seus planos de treino, dietas especializadas e estratégias de saúde mental. Como próximo passo, dados de saúde detalhados poderiam permitir personalização e provas de eficácia ainda mais profundas. Num futuro em que os testes de DNA serão a norma, por exemplo, poderemos ver aplicativos de treinamento em saúde que combinem torcedores e atletas profissionais com base em semelhanças genéticas. Ou talvez um dia os wearables de fitness permitam que você compare suas estatísticas de treinamento pessoal com as de seus jogadores favoritos para uma motivação a mais.

Isso certamente se tornará também uma jogada de marketing mais ampla. Embora as campanhas anteriores com atletas dissessem aos torcedores para beber tal bebida, comprar tal produto ou usar tais calçados para jogarem como o seu atleta favorito, as campanhas do futuro terão os dados biométricos para realmente provar o que funciona.

Uma conexão mais pessoal

Enquanto os dados fornecem informações mais aprofundadas sobre o desempenho de um atleta, formas de mídia mais íntimas apresentam perspectivas sobre quem um atleta realmente é. O recente documentário de Beckham é um excelente exemplo, mostrando a personalidade e a vulnerabilidade de um jogador que há muito parece perfeito demais para o torcedor se identificar com ele. Como resultado, os fãs ficaram ainda mais apaixonados. Isso marca uma mudança significativa em relação aos dias em que o estoicismo era celebrado como um ponto forte e o treinamento de mídia ensinava os atletas a serem cautelosos nas suas respostas.

Se passamos de um modelo de transmissão para um modelo de documentário, a próxima etapa vai dar aos atletas maior controle sobre a criação e distribuição de seu conteúdo. No mundo do freeskiing, [Cody Townsend](#) e [Nikolai Schirmer](#) conquistaram grandes públicos produzindo seus próprios vídeos diretamente para o consumidor. E, no mundo do golfe, Bryson DeChambeau está confundindo os limites entre influenciador do YouTube e campeão do Aberto dos Estados Unidos. Se mais atletas seguirem o exemplo, poderemos ver uma mudança radical no modelo de mídia, com os fãs podendo contornar assinaturas caras e seguir diretamente seus profissionais favoritos. Plataformas emergentes como a [Heros.xyz](#) já estão nos impulsionando em direção a esse futuro, ajudando atletas a monetizar seu conteúdo por meio de modelos de assinatura paga.

[31%](#) dos torcedores da geração Z desejam ter acesso a conteúdos dos bastidores dos atletas como parte da experiência de streaming esportivo.¹¹

Deloitte, 2023

Do passivo ao interativo

Os torcedores de hoje não querem apenas assistir seus ídolos; eles querem jogar ao lado deles, treinar como eles e ser convidados para os momentos mais pessoais de suas vidas. As marcas podem satisfazer esse desejo fornecendo um acesso exclusivo que faça com que os torcedores se sintam parte disso. Isso é especialmente importante em um mundo em que a influência de superestrelas agora se estende para além das equipes, franquias e até mesmo nações que representam.

E SE...



Novos modelos de fidelidade permitissem que os torcedores acumulassem pontos em troca de acesso exclusivo aos seus jogadores preferidos, de modo que quanto mais apoio você demonstrar, mais próxima será a conexão que você liberará?



Os aplicativos de treinamento de IA permitissem que os torcedores fossem treinados por seus heróis, tirando proveito de sua personalidade, estratégias mentais e técnicas para uma inspiração a mais?



IDENTIDADE INDIVIDUAL

PONTO DE ENTRADA 3

Um dos motivos fundamentais por trás do fanatismo esportivo é a necessidade humana de pertencimento e de identidade social. É por isso que investimos nosso tempo e dinheiro apoiando atletas que provavelmente nunca conheceremos e vestimos escudos de times com tanto orgulho. Os torcedores sempre farão isso, mas o “como” e o “porquê” por trás disso estão evoluindo.

O que não mudou

O fanatismo sempre serviu como uma medalha pública de honra. Víamos isso nos tempos bizantinos, com torcedores vestindo as cores do time de corrida de bigas escolhido, e vemos isso hoje nos muitos milhões de torcedores que orgulhosamente ostentam produtos esportivos e entoam os cantos de seu clube. [Estudos](#) mostram até que, para os torcedores, se identificar com o seu time do coração é mais importante do que fazer parte de um grupo social ou de trabalho, e é tão ou mais importante que se identificar com uma religião.

Essa conexão entre torcida e identidade individual não vai desaparecer. Na verdade, ela está cada vez mais forte à medida que fontes mais tradicionais de pertencimento, como os locais de trabalho e a religião, mostram sinais de declínio. O que está mudando, no entanto, é como e por que as pessoas expressam a sua identidade por meio do esporte.

Ostentação de identidade virtual

Até recentemente, os locais onde podíamos mostrar nossa identidade se limitavam em grande parte ao mundo físico. Mas ao passarmos mais tempo em ambientes digitais, possibilidades ainda maiores de autoexpressão aparecem. A principal maneira como isso está acontecendo neste instante é por meio de roupas e acessórios digitais. A Loja de Avatares da Meta oferece roupas oficiais de times da NBA e clubes como o Liverpool FC, enquanto os jogadores de Fortnite podem vestir camisas virtuais representando times da NFL e dos maiores clubes de futebol do mundo.

Os colecionáveis digitais também oferecem aos torcedores novas maneiras de demonstrar sua fidelidade. Dizemos isso apesar do colapso de grande repercussão do mercado de NFTs esportivos. Isso não ocorre porque os NFTs são uma causa perdida, mas sim porque as organizações esportivas estavam transformando tudo e qualquer coisa em NFTs, em vez de usá-los para imortalizar os momentos que realmente importam. Os NFTs podem voltar a ser valiosos, mas apenas se seguirem os mesmos princípios que motivaram a procura por memorabilia física durante décadas: raridade, exclusividade, valor de investimento e moeda social.

Valores à mostra

Além da forma como, o motivo por que escolhemos torcer por determinados times e jogadores também está mudando à medida que os valores pessoais são colocados à mostra. As gerações anteriores de atletas ativistas corriam o risco de prejudicar suas carreiras por ousarem entrar em debates sociopolíticos. Em 1967, Muhammad Ali [foi excluído](#) do boxe por recusar o alistamento militar em protesto contra a Guerra do Vietnã. Avançando até os dias de hoje, os atletas não só podem se posicionar, como também são frequentemente apoiados por grandes grupos de pessoas – e patrocinadores – quando o fazem. O [artigo de opinião](#) de Allyson Felix sobre a falta de apoio da Nike durante sua gravidez aumentou seu já impressionante número de seguidores e se tornou o trampolim para o seu negócio multimilionário de calçados. E, de modo semelhante, [Naomi Osaka](#) se tornou a atleta feminina mais bem paga do mundo em 2020 enquanto apoiava o movimento BLM e outras causas sociais.¹²

Esta mistura aberta de esporte e ética está aumentando o que está em jogo para as marcas da melhor forma possível. Decidir patrocinar determinado jogador ou time agora significa que você também está optando por defender o que ele representa – crenças pessoais, paixões, defeitos e tudo mais. Também cria uma oportunidade de aproveitar o poder coletivo de sua torcida para o bem. Não dê aos torcedores apenas uma forma de ostentar os seus valores, dê-lhes formas tangíveis de colocar esses valores em ação e contribuir para uma mudança real – seja por financiamentos coletivos, petições ou atuação local. Fazer parte de algo maior é o marcador de identidade definitivo.

De espectadores a partes interessadas

O vínculo entre torcida e identidade também está evoluindo através das lentes da propriedade. Além de apenas possuir produtos ou cartões colecionáveis, muitos dos torcedores de hoje estão tendo a oportunidade de possuir clubes inteiros – recuperando parte do controle de proprietários bilionários e restaurando um senso de comunidade e conexão de base. Embora não sejam incomuns no mundo desportivo internacional, esses modelos de propriedade cooperativa só crescem. A competição internacional de vela SailGP lançou sua primeira [equipe de propriedade dos torcedores](#) que concede aos proprietários participação acionária, direitos de voto e benefícios exclusivos aos membros; um grupo de cerca de 140 pessoas nos EUA recentemente fez uma vaquinha para comprar uma equipe dinamarquesa de futebol em dificuldades chamada [Akademisk Boldklub](#); e DAOs (Organizações autônomas descentralizadas) como a [CO92](#) estão dando a torcedores comuns a chance de deter uma participação no esporte profissional.

Essas iniciativas são alimentadas pela frustração com fracassos financeiros, bem como por um movimento muito maior para democratizar a propriedade esportiva. Para os torcedores, também representa a medalha de honra definitiva – uma espécie de prova social de que você se preocupa o suficiente com um time para investir seu próprio tempo e dinheiro em seu sucesso.

“Ser torcedor significa vestir as cores, conhecer os cantos, decorar os números. Significa fazer parte de uma família ou talvez de uma seita, o que nestes tempos difíceis pode parecer muito atrativo.”

Chris Vognar, [The New York Times](#)

Dê um papel aos torcedores

Hoje, provar sua fidelidade significa muito mais do que comprar uma camiseta. Significa exibir seu fanatismo tanto no mundo digital quanto no físico, preocupar-se com causas sociais fora do esporte e literalmente investir no sucesso de uma equipe. As marcas podem alimentar essa necessidade de pertencimento dando aos torcedores um maior senso de propriedade e controle – mesmo que seja algo tão simples quanto deixá-los [criar e votar em modelos de camisa](#). Quanto maior o papel que desempenham, mais orgulhosos ficarão de exibir esses marcadores de identidade.

E SE...



Os torcedores pudessem acumular tokens digitais que concedessem direitos a voto, dando-lhes voz a respeito de tudo, desde o design de produtos da equipe até experiências VIP para os torcedores?



As marcas destacassem causas sociais no lugar de seu escudo, permitindo que os torcedores apoiem seus atletas favoritos promovendo as questões em que acreditam?





CAPÍTULO 3

FAIR PLAY

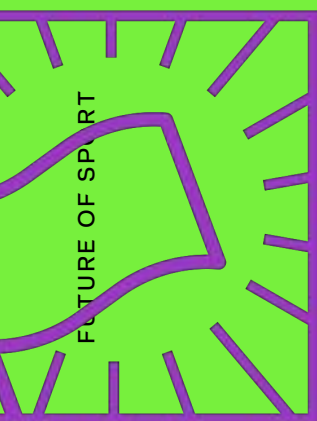
Justiça e esporte têm uma relação complexa. Por um lado, a justiça está profundamente enraizada no código esportivo. Menos facilmente aceito, no entanto, é o fato de o esporte também ser inerentemente injusto. À medida que forças progressistas desafiam velhos instintos sobre o que é justo ou não, perguntamos: quem tem o direito de competir? Onde traçamos os limites quando se trata de vantagens de melhoria de desempenho? E que nível de risco físico e mental é aceitável?

BACKSLASH & DARK HORSES
FUTURE OF SPORT



CHPTR 03

BACKSLASH & DARK HORSES
FUTURE OF SPORT



CHPTR 03



“A arena esportiva é um sistema inventado de obstáculos e regras, diferentemente dos obstáculos naturais e dos campos de jogo proporcionados pela ‘vida’. Por isso, podemos manipulá-los. Podemos tentar torná-los justos. O esporte pode realmente incorporar o que queremos da vida, sem se afastar da vida em si”.

Jack Bowen, autor e blogueiro de ética esportiva

Os instintos em torno da justiça estão sendo desafiados por uma demanda crescente por inclusão, proteções para os atletas e desempenho otimizado.

POR TRÁS DA
MUDANÇA



Forças progressistas estão determinando a forma como o esporte é estruturado e quem pode participar.

[41%](#) dos jovens apoiam a inclusão de pessoas trans nos esportes em 2023, contra 35% em 2021.¹³ Espera-se também que os Jogos Paraolímpicos deste ano em Paris atinjam o [maior público](#) da sua história.



Novas vantagens estão gerando debates éticos sobre o que é e o que não é justo em relação ao desempenho atlético.

Enquanto alguns órgãos dirigentes estão proibindo equipamentos que melhoram o desempenho, empresas estão explorando como os psicodélicos e o neurofeedback poderiam dar uma vantagem aos atletas.



Pesquisas médicas alarmantes estão exigindo uma reavaliação dos riscos físicos e mentais do esporte.

De diagnósticos de [ETC](#) ao aumento dos [suicídios](#), temos agora provas irrefutáveis do impacto que o esporte pode ter na mente e no corpo.



DIREITO DE COMPETIR

Esportes para todas as habilidades

Para pessoas com deficiência, o acesso e a participação em esportes historicamente são um grande desafio. Nos últimos anos, no entanto, temos testemunhado uma mudança na forma como tratamos e falamos sobre atletas com deficiência. Eles não são mais raras exceções lutando contra as adversidades, conforme retratado em [Meet The Superhumans](#), do Channel 4. Em vez disso, compreendemos agora que a deficiência é muito mais comum do que pensávamos, com cerca de 1,3 bilhão de pessoas, ou **16%** da população mundial, vivendo com alguma forma de deficiência.¹⁴ Esta abordagem deverá ajudar a normalizar a deficiência no esporte, mas **47%** dos indivíduos com deficiência ainda acham que a atividade física não é para “alguém como eles”.¹⁵

A boa notícia é que o futuro do esporte parece muito mais inclusivo, graças a um movimento crescente para acolher atletas de todas as habilidades. Por exemplo, a plataforma permanente [Every Body Moves](#) da Toyota e da equipe paralímpica da Grã Bretanha e Irlanda do Norte inclui treinos virtuais em casa para pessoas com deficiência; organizações como a [I GOT LEGS](#) estão organizando competições de caminhada com exoesqueleto para atletas com paralisia; e iniciativas como “All disabilities, All sports!” (“Todas as deficiências, todos os esportes!”) estão criando uma rede de clubes esportivos locais para pessoas com deficiência. No futuro, também poderemos ver esportes como o pickleball (que pode ser praticado numa cadeira de rodas) ou o surfe (que pode ser praticado de forma adaptada) promovidos como atividades-chave para atletas de habilidades mistas.

PONTO DE ENTRADA 1

A segregação entre atletas masculinos e femininos, com deficiência e sem deficiência, remonta a várias décadas. Mas à medida que as normas de gênero mudam e inovações inclusivas permitem novas possibilidades, testemunharemos uma reavaliação cultural de quem pode competir e onde.

Os equipamentos esportivos também estão passando por uma reformulação inclusiva com a ajuda de grandes marcas. Um exemplo notável vem da AT&T, que recentemente projetou um [capacete de futebol americano conectado](#) para jogadores surdos e com deficiência auditiva que projeta as jogadas em realidade aumentada dentro do visor, comunicando informações de seus treinadores em tempo real. Uma melhoria menos tecnológica, mas igualmente importante, são os primeiros [uniformes de basquete adaptado em cadeira de rodas](#) da Adidas. A Adidas trabalhou diretamente com jogadores em cadeiras de rodas para desenvolver uma camisa que reduzisse o volume e maximizasse o conforto enquanto estavam sentados – demonstrando o que é possível quando você projeta de mãos dadas com usuários menos favorecidos.

Embora a maioria das inovações atuais visem a nivelar o campo de jogo entre pessoas com e sem deficiência, avanços futuros poderão acabar dando aos atletas com deficiência uma vantagem notável. Isto se aplica especialmente aos eSports, graças ao surgimento de interfaces cérebro-computador. No início deste ano, o tetraplégico americano Noland Arbaugh se tornou o primeiro paciente a receber um chip cérebro-computador implantado pela startup Neuralink, de Elon Musk. Durante uma recente aparição em um podcast, Arbaugh [disse](#) que o upgrade deu a ele reflexos super-humanos que são incrivelmente úteis para jogos, comparando-os a ter “um aimbot na cabeça”. Isso gerou [discussões acaloradas](#) no Reddit e além, com alguns prevendo que um dia teremos ligas separadas para pessoas com BCIs, a fim de manter a justiça.

INCLUSIVE
BY DESIGNCOUNTER
CANCEL

b 
BACKSLASH & DARK HORSES
FUTURE OF SPORT

CAPÍTULO 03

Participação transgênero

Embora o futuro do esporte para pessoas com deficiência esteja num caminho positivo em direção ao progresso, o debate sobre os atletas transexuais é muito mais controverso. Se os atletas trans deveriam ou não poder competir como iguais é uma questão que confunde a noção de justiça da sociedade. Por um lado, um senso de justiça esportiva se incomoda com a ideia de um grupo ter uma vantagem física natural. Por outro, nossos instintos de inclusão significam que banir atletas transexuais parece inerentemente errado.

Esta tensão contínua é realçada por recentes decisões legislativas. Em março de 2023, a World Athletics baniu atletas transexuais masculinos para femininos das competições de elite feminina (incluindo a Olimpíada de Paris 2024) caso tivessem passado pela “puberdade masculina”. O órgão dirigente do ciclismo mundial também decidiu que as mulheres transexuais serão proibidas de competir em eventos de ciclismo feminino, e a NCAA está sob pressão para seguir o exemplo.

Os militantes pró-trans contestam o fato de que muitas dessas proibições gerais não acomodam qualquer nuance. A verdade é que uma questão tão complexa não pode ter uma resposta binária. À medida que o debate sobre a inclusão transgênero continua e as pessoas e organizações se tornam mais instruídas sobre as complexidades da transição de gênero, os órgãos dirigentes do esporte tenderão a desenvolver políticas mais abrangentes baseadas em novas pesquisas científicas. Isso pode envolver a criação de critérios específicos em torno dos níveis hormonais, idades de transição ou outros aspectos para garantir uma competição justa e, ao mesmo tempo, honrar a identidade dos atletas.

Também podemos esperar que as organizações de direitos humanos e de pessoas trans lutem ainda mais contra políticas discriminatórias. A Women's Sports Foundation, fundada pela lenda do tênis e apoiadora do movimento LGBTQ+ Billie Jean King, lançou recentemente uma campanha com atletas famosos defendendo a participação de pessoas trans nos esportes. Enquanto isso, em Seattle, ligas de defesa LGBTQ+, como a [Puget Sound Pronouns](#), estão dando aos jogadores queer e trans um espaço seguro para jogar softball.

Qualquer que seja a postura que as marcas ou as pessoas adotem no futuro, o mais importante será promover a empatia e difundir a educação, em vez de fomentar ainda mais divisões. Já vimos a participação de pessoas trans se tornar uma plataforma para a polarização, o que serve apenas como uma distração daquilo que deveria ser o nosso foco principal: criar uma cultura esportiva de inclusão, respeito e compreensão mútua.

“Em vez de mergulhar na complexidade e descobrir como criar uma concorrência justa à medida que as normas de gênero mudam, estamos sucumbindo a um pânico que nos obriga a escolher entre os extremos da exclusão firme e da inclusão total.”

Jerry Brewer, The Washington Post

Vencer com inclusão

Embora, em última análise, caiba aos órgãos dirigentes desportivos reformular as regras, as marcas podem desafiar o sistema criando oportunidades para pessoas de todas as habilidades e identidades de gênero. A Nissan já está fazendo isso por meio de seu [Possibilities Project](#), enquanto a Adidas demonstrou apoio ao firmar parceria com a organização sem fins lucrativos LGBTQ+ [Athlete Ally](#). Conforme descartarmos ideias antigas sobre quem pode jogar, veremos o esporte se flexibilizar, assumindo formas totalmente novas e colocando a inclusão em primeiro lugar.

E SE...



As marcas convidassem atletas sub-representados para fazerem parte das suas equipes de inovação, implementando uma abordagem “projete para um, expanda para muitos”?



Experiências em realidade virtual promovessem a empatia ao permitir que atletas sem deficiência vivenciassem o esporte como pessoas com deficiência?



As marcas de fitness desenvolvessem programas de treinamento especiais para atletas que passaram recentemente por cirurgia de afirmação de gênero e terapia hormonal?

O ATLETA OTIMIZADO

PONTO DE ENTRADA 2

Feitos extremos de atletismo sempre atraíram as pessoas para o esporte. Mas, em 2024, os limites do possível estão sendo destruídos graças a avanços em treinamento neurológico, equipamentos especializados e uma abordagem às drogas em evolução. Com estas novas vantagens surgirão novos debates entre a necessidade de manter a pureza do esporte e o desejo de otimizar o desempenho a todo o custo.

Mudando as regras em torno das PEDs

Também conhecidas como Performance-enhancing drugs, ou drogas para aumento de desempenho.

Hoje, acredita-se amplamente que o doping mina a integridade e a justiça, que são fundamentais para o esporte. Mas nem sempre foi assim. O conceito de doping como imoral não apareceu no esporte ocidental até meados do século XX; a NFL não começou a testar jogadores para esteroides até 1987; e faz apenas 25 anos que a Agência Mundial Antidoping foi criada.

Agora, a narrativa em torno do doping está sendo desafiada outra vez. O caso mais notável é a criação dos [Enhanced Games](#) (Jogos Aprimorados) pelo bilionário do biohacking Peter Thiel – uma reinvenção moderna das Olimpíadas na qual os atletas são incentivados a usar drogas para “desafiar os limites da humanidade”. A competição, que ocorrerá no ano que vem, obviamente foi alvo de preocupações em torno da segurança e da moralidade. No entanto, os organizadores do evento afirmam que milhões de dólares foram angariados e mais de 900 atletas manifestaram interesse, embora o nadador australiano aposentado [James Magnussen](#) tenha sido o único a fazê-lo publicamente até agora.

Na opinião de Magnussen, o fato que de todos os atletas praticarão o doping abertamente faz com que os Enhanced Games sejam “a primeira vez que há condições verdadeiramente equitativas no esporte internacional”, salientando que quase todas as outras competições têm alguns atletas que tomam PEDs em segredo.

Também é verdade que os PEDs são muito mais complicados do que as pessoas foram levadas a acreditar. Ainda há muita subjetividade envolvida na decisão de quais substâncias são proibidas no esporte, assim como as leis que explicam por que o tabaco e o álcool são legais, enquanto outras drogas recreativas não o são. As linhas traçadas entre substâncias naturais e artificiais, entre o que é considerado seguro ou um risco excessivo à saúde e entre o que é justo e o que melhora demais o desempenho estão continuamente sendo movidas e turvadas.

OPTIMIZED
ANATOMY

MOOD
GEISTING

Novas drogas entram na arena

Embora os Enhanced Games pretendam mudar o discurso em torno de drogas que há muito são usadas no esporte, outras drogas estão sendo acolhidas no esporte pela primeira vez. Uma dessas drogas é a maconha, que a NCAA acabou de [votar para remover](#) de sua lista de substâncias proibidas para jogadores da 1ª divisão em junho. Os psicodélicos, mais especificamente a ayahuasca e a psilocibina, também estão causando furor. No golfe, alguns jogadores do PGA Tour [atribuíram](#) seu sucesso a uma microdosagem de psilocibina, afirmando que ela melhora o foco e permite que avaliem melhor suas tacadas sem medo. Enquanto isso, no Oregon, onde os cogumelos mágicos são legalizados, um resort de 36 buracos chamado Juniper Reserve está solicitando permissão para realizar pesquisas sobre como a psilocibina afeta o desempenho no golfe. Fora do golfe, o quarterback da NFL Aaron Rodgers também está ganhando as manchetes por passar abertamente suas férias de 2024 em um retiro de ayahuasca na Costa Rica.

À medida que os legisladores avançarem no sentido de descriminalizar e legalizar essas drogas, poderemos esperar que ainda mais atletas defendam abertamente o seu uso – marcando uma mudança significativa em relação aos tempos em que se pensava que as drogas que alteram a mente prejudicam o desempenho físico em vez de o aumentarem. Ao mesmo tempo, porém, certamente ocorrerão debates mais profundos em torno da autonomia do atleta e do que constitui uma vantagem justa ou não.

“Acho que a maioria das pessoas já conversou com seus amigos dizendo: ‘Imagine se Usain Bolt ou Michael Phelps pudessem tomar drogas para melhorar o desempenho, como seria o esporte? Quão rápidos poderíamos ser? Quão alto poderíamos pular?’ Todos nós já refletimos sobre essa possibilidade e acho que isso quebrou o gelo em torno da ideia dos Enhanced Games.”

James Magnussen, nadador australiano aposentado e futuro participante dos Enhanced Games

Treinamento neurológico

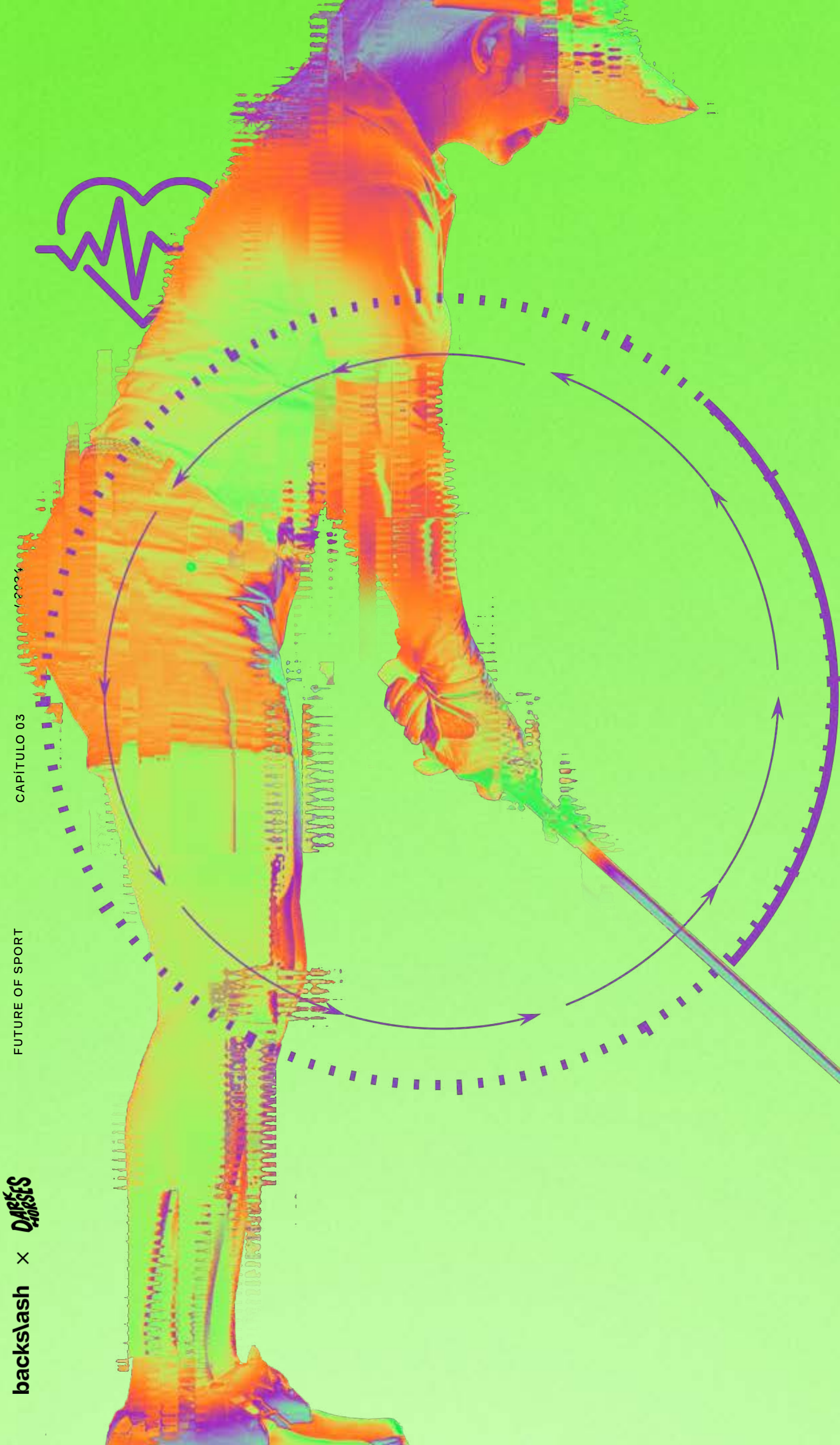
A maior transição de desempenho nos últimos anos foi do corpo para a mente. Há três décadas, a psicologia do esporte dificilmente era tema de discussão. Hoje, o treinamento neurológico é considerado essencial para o desempenho cognitivo de atletas de ponta como Cristiano Ronaldo e Serena Williams. Este campo emergente centra-se na otimização da função cerebral a fim de melhorar o desempenho físico, combinando elementos da neurociência, da psicologia do esporte e do treinamento físico para desenvolver programas holísticos personalizados para atletas individuais.

Um método específico que está se popularizando na área é o neurofeedback. E embora não seja um fenômeno totalmente novo (Tom Brady falou sobre o uso de um aplicativo de treinamento cerebral e o Liverpool trabalha com a empresa de neurociência [Neuro11](#)), a tecnologia está melhorando e os casos de uso estão se expandindo. Um exemplo especialmente interessante vem da [i-BrainTech](#), de Tel Aviv. O sistema de treinamento exclusivo da empresa é um videogame esportivo que os jogadores podem controlar sem mover um único músculo. O jogador veste uma touca especial equipada com fios e, em seguida, usa apenas a mente para controlar um avatar digital que reproduz os movimentos físicos que realizariam na vida real. O sistema destina-se principalmente a atletas recuperando-se de lesão, ajudando a fortalecer as vias neuromusculares e a preservar as habilidades motoras enquanto o corpo se recupera.

Além da recuperação, novos usos da IA também fornecem informações mais profundas sobre o estado mental do atleta. Uma startup chamada [PeakAI](#) está na vanguarda disso. Os atletas simplesmente gravam a si mesmos respondendo a um breve prompt diário, e o sistema de processamento de linguagem natural do Peak AI analisa o tom de voz e a escolha de palavras para determinar seu estado mental. Os treinadores podem então utilizar esses dados para adaptar estratégias de treinamento ao humor único de um atleta, entender o que o motiva e saber quando intervir se um atleta estiver excessivamente cansado ou estressado. No futuro, à medida que mais wearables de saúde começarem a monitorar as emoções, você pode imaginar como esse mesmo nível de análise estará disponível para os atletas do dia a dia. Se você estiver especialmente ansioso, por exemplo, talvez seu wearable sugira um treino somático naquele dia. Ou se você tiver muita energia para queimar, talvez ele aumente a intensidade do seu treino.

Alcançando um equilíbrio

Para as marcas que atuam nesse espaço, o desafio futuro será encontrar o equilíbrio certo entre a otimização do desempenho e a manutenção da justiça. A acessibilidade também será uma consideração crucial. As empresas devem prestar muita atenção a quem tem acesso a essas novas vantagens e a que custo, tendo o cuidado de considerar tanto os amadores sub-representados quanto os profissionais mais bem pagos.



A vantagem do equipamento

Outro tema importante no debate entre integridade e otimização são os equipamentos. Ao longo das últimas décadas, temos visto avanços tecnológicos impressionantes em equipamentos esportivos que permitiram aos atletas atingir um nível de desempenho antes inimaginável. Roupas inteligentes, bolas de beisebol e basquete conectadas e exoesqueletos semelhantes aos do Homem de Ferro são mostras desse progresso.

Mas embora a maioria dos equipamentos ainda esteja sendo desenvolvida para aumentar o desempenho tanto quanto possível, também estamos vendo o pêndulo começar a oscilar na direção oposta, com órgãos dirigentes tentando dar um passo para trás. No golfe, por exemplo, preocupações ambientais levaram a uma [decisão](#) recente de fazer um downgrade na tecnologia das bolas a fim de limitar a distância que podem percorrer. Essencialmente, os golfistas profissionais estavam batendo a bola mais longe devido aos avanços tecnológicos nos equipamentos, o que significava que os campos de golfe tinham de ser ampliados, o que significava que terras preciosas estavam sendo tomadas a um ritmo insustentável (para não mencionar a quantidade de água necessária para manter essa terra). Embora a decisão possa parecer herética para os valores de desempenho do esporte, é também um exemplo realista de como os equipamentos terão de evoluir ao lado da ética moderna daqui para frente.

Da mesma forma, alguns órgãos dirigentes do esporte [proibiram](#) recentemente o uso de “super trainers”, que contêm materiais que melhoram o desempenho, como fibra de carbono e espuma ultraleve – dizendo que esses tênis aumentam a velocidade e o conforto a um nível que é injusto para os concorrentes que usam calçados tradicionais.

É pouco provável que essas decisões sejam as últimas do gênero. À medida que os órgãos dirigentes se empenham para manter a pureza do esporte e os fabricantes de equipamentos procuram desafiar ainda mais os limites, poderemos ver uma separação entre competições esportivas minimalistas e maximalistas no futuro. Haverá corridas biônicas ou competições de esqui em que o foco estará tanto na tecnologia dos exoesqueletos quanto nos atletas? Veremos um retorno aos eventos esportivos tradicionais que defendem uma abordagem livre de tecnologia e de volta ao básico? Historicamente falando, as regras de igualdade tendem a favorecer uma abordagem do tipo tudo ou nada.

E SE...



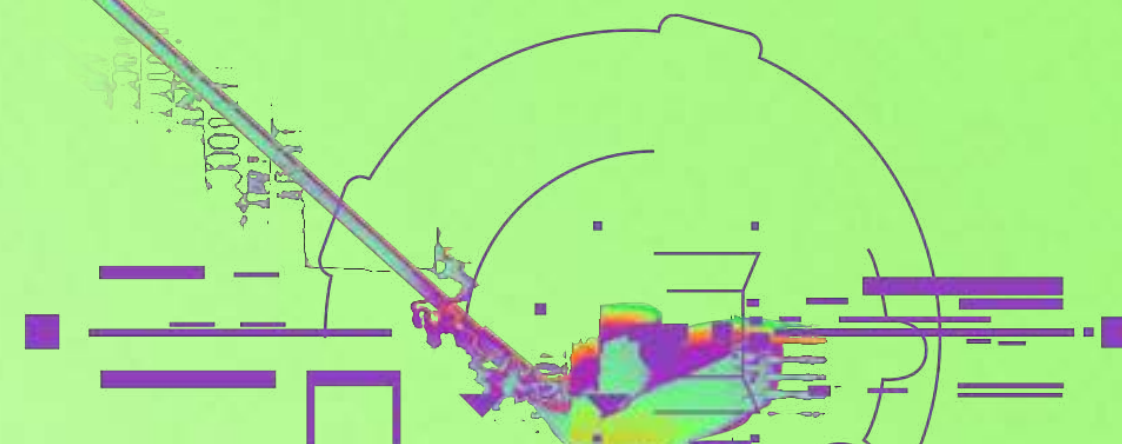
Novos tipos de competições fizessem os atletas competirem com e sem a ajuda de psicodélicos para medir os efeitos no desempenho?



Competições biônicas do futuro concedessem medalhas aos fabricantes dos equipamentos mais vantajosos em vez de aos atletas?



Tecnologias de reconhecimento de emoções quantificassem a conexão entre humor e desempenho atlético?



SEGURANÇA EM 1º LUGAR

A exploração física dos atletas

É difícil olhar para as superestrelas do esporte como vítimas, mas a verdade incômoda é que à medida que o esporte se torna mais comercializado e espetacularizado, as exigências depositadas sobre os jogadores são cada vez mais arriscadas. Crucialmente, o fato de os atletas estarem dispostos a correr esses riscos deveria ser irrelevante. Não é justo esperar que um atleta jovem, ambicioso e altamente competitivo tome decisões fundamentadas sobre o seu bem-estar no longo prazo. Cabe aos outros ajudar a protegê-los.

Os protocolos de concussão são o exemplo mais notório disso. Não reconhecida publicamente pela NFL até 2016, pesquisas agora estão comprovando toda a ligação entre a encefalopatia traumática crônica (ETC) e o esporte. A [Universidade de Boston](#) encontrou sinais precoces de ETC em atletas amadores que faleceram antes dos 30 anos de idade.¹⁶ E no rugby, ex-atletas estão atualmente [processando](#) órgãos dirigentes por lesões na cabeça que sofreram durante suas carreiras.

Felizmente, porém, há progresso acontecendo. Novas mudanças nas regras do rugby, como a restrição de tackles até determinadas faixas etárias, a proposta de capacetes e HIAs (avaliações de lesões na cabeça, na sigla em inglês) estão sendo acompanhadas por soluções tecnológicas, como [protetores bucais inteligentes](#) que podem detectar quando um jogador deve ser avaliado clinicamente. Olhando para o futuro, poderemos ver tecnologias semelhantes incorporadas em equipamentos para jogadores de futebol, líderes de torcida, boxeadores, praticantes de breaking e muito mais.

PONTO DE ENTRADA 3

A suposição geral é que o esporte é saudável para nós. Mas embora o exercício seja importante para um corpo e uma mente fortes, o mesmo não se aplica automaticamente ao esporte, que pode causar danos a ambos. À medida que as responsabilidades em torno do bem-estar dos atletas passam das pessoas que jogam para as que estabelecem as regras, novas ferramentas e regulamentos tornarão o futuro do esporte mais seguro para todos.

Conforme essas melhorias de segurança são implementadas, pode-se esperar alguma resistência inicial à mudança. Vimos isso quando a Fórmula 1 introduziu o halo de proteção da cabeça – uma barra de titânio em forma de osso da sorte que fica no topo do cockpit e envolve a cabeça do piloto. Em 2016, Lewis Hamilton o chamou de “a modificação mais feia” da história do esporte. Mas, alguns anos depois, Hamilton [disse](#) que salvou sua vida em sua batida no Grande Prêmio da Itália de 2021. Agora, é considerado a maior história de sucesso em segurança da F1.

Se o argumento em torno do bem-estar dos atletas não for convincente o bastante para que as ligas promovam mudanças, talvez elas sejam persuadidas pelo fato de que não implementar medidas de segurança ameaçará seriamente o crescimento futuro do esporte. Já estamos testemunhando isso nos EUA, com preocupações com concussões levando a um declínio nas inscrições no futebol americano entre os mais jovens. A participação no futebol americano para crianças de 6 a 12 anos caiu [29%](#) de 2016 a 2021, enquanto no flag football subiu 15%.¹⁷ No nível do ensino médio, o ano letivo de 2021-22 foi o primeiro já registrado com [menos de um milhão](#) de jogadores participando do futebol americano nos EUA desde a virada do século.¹⁸ A mensagem é clara: coloque a segurança em primeiro lugar ou corra o risco de ficar para trás.

BODY
DEBATES

INCLUSIVE
BY DESIGN

MIND
MAINTENANCE



Disparidade de gênero nas lesões

Para as atletas femininas, o risco de lesões é ainda agravado pelo fato de competirem num mundo desportivo concebido por e para homens. O viés nas pesquisas e dados na ciência do esporte significa que as atletas femininas têm sido marginalizadas, mal diagnosticadas e maltratadas durante décadas. Mas graças ao crescente interesse e investimento no esporte feminino, a questão está finalmente recebendo a atenção que merece.

O futebol, em particular, está sob os holofotes devido a uma recente onda de lesões do LCA entre profissionais de elite do sexo feminino. Acredita-se que [37 jogadoras](#) perderam a Copa do Mundo Feminina do ano passado devido a lesões no ligamento cruzado anterior.¹⁹ Longe de ser uma coincidência, vários estudos concluíram que as mulheres têm [2 a 8 vezes mais probabilidade](#)²⁰ do que os homens de sofrer uma lesão do LCA e [1,7 vez menos probabilidade](#)²¹ de se recuperar totalmente, muitas vezes levando ao fim da carreira.

Além de promover técnicas de treinamento e programas de prevenção de lesões específicos para mulheres, um primeiro passo simples é desenvolver equipamentos pensando em atletas do sexo feminino. O lançamento da chuteira [Phantom Luna](#) pela Nike antes da Copa do Mundo Feminina é um excelente exemplo. Na mesma linha, a marca [Saysh](#), de Allyson Felix, está fabricando tênis de corrida que se ajustam ao arco mais alto, ao antepé mais largo e à estrutura do calcanhar diferente das mulheres. A marca ainda oferece um par de tênis de cortesia caso seu tamanho de calçado mude durante a gravidez.

Nos próximos anos, a missão mais importante será acabar com as disparidades nas pesquisas. E isso começa com a destruição do estigma. A nadadora [Fu Yuanhui](#), a golfista [Lydia Ko](#) e a velocista [Dina Asher-Smith](#) estão fazendo sua parte falando abertamente sobre como a menstruação afeta seu desempenho atlético. As marcas podem responder ao chamado liderando pesquisas mais profundas não apenas sobre a menstruação, mas também sobre gravidez, menopausa e anatomia feminina em geral, estabelecendo as bases para soluções alicerçadas na ciência e feitas por e para atletas femininas.

O preço mental

Os riscos físicos do esporte podem ser mais visíveis, mas o recente [suicídio](#) do jogador de golfe do PGA Tour Grayson Murray é um lembrete claro de que o impacto mental do esporte pode ser igualmente perigoso. Um [novo estudo](#) da NCAA também revelou que os suicídios entre atletas universitários dos EUA duplicaram nos últimos 20 anos.²²

Sob pressão para não mostrarem qualquer sinal de fraqueza, muitos atletas têm sofrido em silêncio, muitas vezes com consequências trágicas. Mas as coisas estão mudando à medida que um movimento global de saúde mental deixa os atletas mais à vontade para compartilhar suas vulnerabilidades. Estrelas de alto nível, incluindo Kevin Love, Simone Biles e Ronda Rousey, estão na vanguarda ao aclamar a priorização da saúde mental como um sinal de força. A estrela da NBA DeMar DeRozan até lançou sua própria série no YouTube chamada [“Dinner with DeMar”](#), na qual conversa abertamente com outros atletas sobre seus problemas de saúde mental.

As marcas também desempenham um papel importante ao apoiar os atletas em sua jornada mental e emocional. A Adidas está fazendo isso por meio de sua mais recente campanha global, chamada [“You Got This”](#), que utiliza a neurociência para descobrir como e por que a pressão negativa prejudica o jogo e depois oferece orientação sobre como atletas de todos os níveis podem desarmar esse sentimento. É também um sinal de progresso que a velocista Sha’Carri Richardson, proibida de competir na Olimpíada de Tóquio em 2020 por uso de maconha depois da morte de sua mãe, agora apareça com destaque em anúncios antes de Paris 2024.

Uma transição da responsabilidade

O esporte é um setor que pode acabar com atletas. Os futuros líderes do esporte não verão os atletas como superestrelas mimadas, mas como vítimas em potencial expostas a exigências físicas e mentais incrivelmente altas desde a infância. Uma combinação de avanços tecnológicos, pesquisas científicas e decisões empáticas por parte daqueles que estão no poder pode criar um espaço de jogo mais seguro para todos.

E SE...



Novas políticas exigissem que as ligas promulgassem mudanças nas regras ou corressem o risco de serem encerradas se ultrapassassem um certo número de lesões potencialmente fatais?



As marcas esportivas financiassem pesquisas sobre a saúde da mulher como um primeiro passo para a criação de equipamentos mais eficazes para as atletas?



O monitoramento da saúde mental dos atletas se tornasse obrigatório em organizações esportivas profissionais?



CAPÍTULO 4

ESPORTE, REALOCADO

Embora alguns estejam explorando a possibilidade de um dia praticar esportes no espaço, a verdade prática é que grandes forças disruptivas exigirão que o esporte se mova de forma muito mais imediata. Das mudanças climáticas forçando a migração de estádios a tecnologias imersivas rompendo as barreiras físicas, o local onde praticamos esportes está sendo radicalmente reinventado tanto em nível global quanto local.

TBWA²⁴

DISRUPTION©COMPANY

“As mudanças climáticas já estão impactando os lugares onde praticamos esportes, desde o aumento do nível do mar ameaçando estádios costeiros até condições climáticas extremas danificando campos de golfe e pistas de esqui. O setor deve tomar medidas urgentes para proteger o futuro do esporte.”

Dra. Madeline Orr, fundadora do Sport Ecology Group



Um mundo em rápido aquecimento e cada vez mais digital está empurrando o esporte a novas fronteiras.

POR TRÁS DA MUDANÇA



As mudanças climáticas estão criando um futuro incerto para os esportes.

Prevê-se que até 2050, a maior parte do mundo estará [quente demais](#) para receber os Jogos Olímpicos de Verão e [dezenas](#) de grandes estádios esportivos poderão ficar parcialmente submersos se as tendências climáticas atuais se mantiverem.²³



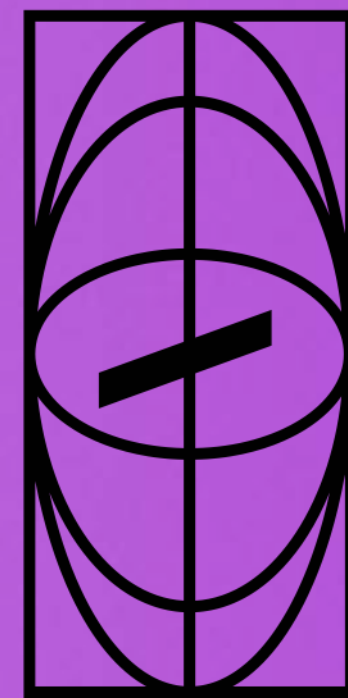
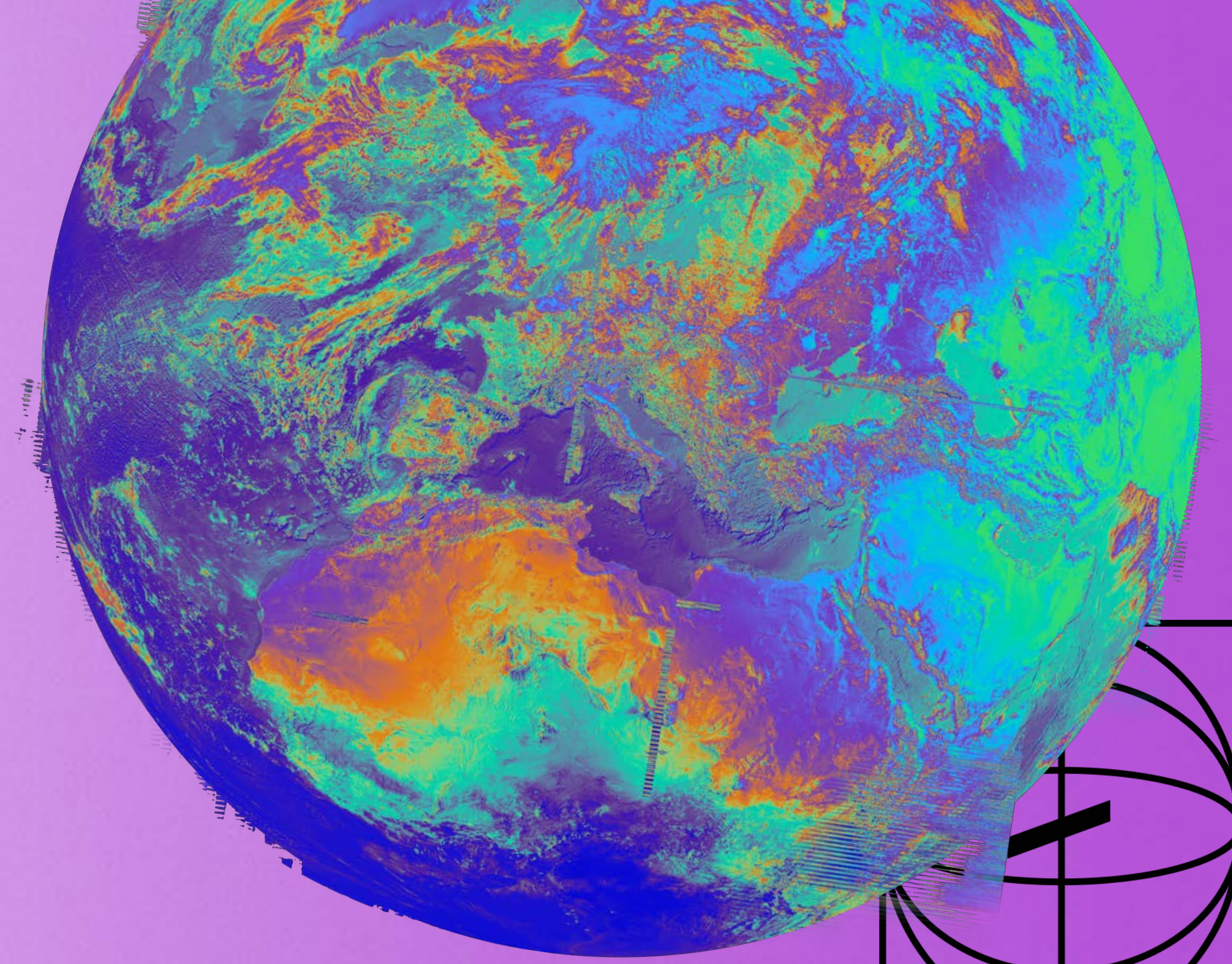
A infraestrutura esportiva está sendo amplamente reconhecida como parte essencial do espaço urbano.

Quase [três em cada quatro](#) adultos dizem que o acesso a um parque, playground, espaço aberto ou centro esportivo recreativo próximo é um fator importante ao decidir onde morar.²⁴



A tecnologia imersiva está criando novas possibilidades de como e onde praticamos esportes.

[30%](#) dos fãs de esportes globais experimentaram experiências esportivas “digitais”, incluindo maratonas virtuais, eSports com componentes físicos e eventos esportivos híbridos que combinam participação presencial e on-line.²⁵



WORLDWIDE

BACKSLASH & DARK HORSES

FUTURE OF SPORT

ESPORTE ADAPTÁVEL AO CLIMA



PONTO DE ENTRADA 1

A mudança climática está se mostrando o competidor mais feroz do esporte. À medida que condições climáticas extremas interferem em nossa capacidade de competir, organizações esportivas estão se preparando para o pior e intensificando seus esforços para fazer parte da solução.

BACKSLASH
DARK HORSES

©TBWA 2024



Estádios esportivos se tornam circulares

O esporte e as mudanças climáticas estão inextricavelmente conectados. Para começar, precisamos reconhecer o fato de que o esporte contribui significativamente para as emissões globais. Estima-se que a indústria global do futebol seja responsável por mais de [30 milhões de toneladas](#) de dióxido de carbono todos os anos, o que é aproximadamente o mesmo valor das emissões totais da Dinamarca.²⁶ E esse é apenas um entre centenas de esportes praticados pelo mundo.

Uma maneira como as organizações buscam reduzir esse número é construindo estádios mais circulares. O recém-reformado Allianz Football Stadium em Sydney [conta com](#) painéis solares e sistemas de captação de água na cobertura; o Oracle Park, casa do San Francisco Giants, agora oferece pratos à base de vegetais feitos com ingredientes cultivados na [fazenda](#) própria do estádio; e o estádio do New York City FC deverá ser o primeiro [estádio totalmente elétrico](#) da Major League Soccer quando for inaugurado, em 2027. Para eventos únicos, como as Olimpíadas, também estão sendo feitos esforços para garantir que as instalações ganhem uma segunda vida após o término da competição. Notavelmente, [95%](#) das instalações para Paris 2024 já existiam ou serão desmontadas para reutilização futura.²⁷

Pensando no futuro, o objetivo final é que os locais esportivos não apenas minimizem os danos ao meio ambiente, mas que também o beneficiem. A Football Association está na vanguarda com os seus compromissos de [“devolver a natureza ao jogo inglês”](#), permitindo que a flora e a fauna nativas cresçam ao redor do campo. “Queremos que todos se orgulhem de ter um ouriço farejando em seu campo de futebol, afirma o conservacionista Nick Acheson. Esportes como golfe, rúgbi, hóquei sobre a grama e beisebol devem tomar nota, transformando gramados bem aparados em espaços biodiversos onde a vida selvagem possa prosperar.

BACKSLASH
DARK HORSES

©TBWA 2024



Reformas à prova de intempéries

Ao mesmo tempo que as instalações tomam medidas proativas para se tornarem mais sustentáveis, elas também estão sendo obrigadas a reagir às consequências muito reais das mudanças climáticas que estão causando estragos no esporte no presente. Isso inclui temperaturas extremas, incêndios florestais, inundações, furacões, poluição do ar e muito mais, todos os quais já causaram cancelamentos de partidas, problemas de saúde e públicos reduzidos.

Estádios no mundo todo estão se adaptando a essa nova realidade investindo em reformas resistentes às intempéries. Cada vez mais vemos coberturas que oferecem sombra contra o calor extremo, estruturas que acomodam a elevação do nível do mar e fortificações contra furacões se tornando uma necessidade em vez de um algo a mais. Um exemplo especialmente único é a nova instalação esportiva da Universidade de Columbia, que fica junto à orla e é [projetada para inundar](#). No caso de uma grande inundação, uma rede de passagens abrirá para permitir que a água flua para o primeiro andar do edifício, do saguão para as quadras de tênis e, depois, para fora do edifício quando a inundação passar. Quando as águas pluviais baixarem, as quadras de tênis poderão ser imediatamente limpas e utilizadas. Com quase [um em cada quatro](#) estádios nas quatro principais divisões do futebol inglês prestes a sofrer inundações totais ou parciais nos próximos 25 anos,²⁶ esse tipo de reforma drástica pode em breve se tornar a regra, e não a exceção.

Menos lugares para praticar esportes

Embora instalações individuais estejam fazendo o melhor que podem para resistir a condições climáticas extremas, a dura realidade é que regiões inteiras não estarão aptas a sediar eventos esportivos em um futuro não muito distante. Os esportes na neve enfrentam a ameaça mais imediata. Devido aos efeitos do aquecimento global, o Comitê Olímpico Internacional anunciou que [apenas 10 países](#) serão capazes de sediar as Olimpíadas de Inverno depois de Salt Lake City em 2034.²⁸ A menos que grandes avanços climáticos sejam feitos, está se tornando cada vez mais difícil imaginar um futuro no qual pistas de patinação no gelo ao ar livre estarão amplamente disponíveis sem refrigeração artificial e estações de esqui poderão funcionar sem neve artificial. Da mesma forma, é provável que vejamos o calor extremo se tornar um fator ainda maior na decisão de quais países são aptos a sediar as futuras Olimpíadas de Verão e Copas do Mundo da FIFA.

Devido aos efeitos do aquecimento global, apenas 10 países serão capazes de sediar as Olimpíadas de Inverno depois de Salt Lake City em 2034.

Comitê Olímpico Internacional, 2023

O clima inclemente se torna uma barreira maior para atletas do dia a dia. De acordo com uma nova pesquisa, [três em cada cinco](#) adultos na Inglaterra dizem que o clima extremo tem um impacto negativo em sua capacidade de serem fisicamente ativos.²⁹ Para amenizar isso, possivelmente veremos mais esportes ao ar livre passando a ser praticados em ambientes fechados e mais partidas realizadas no início da manhã ou tarde da noite para evitar as tardes escaldantes.

As marcas que quiserem oferecer soluções devem começar pelos países e comunidades mais vulneráveis aos efeitos das mudanças climáticas, muitos dos quais são também os menos privilegiados. Em áreas de grande altitude no Quênia, por exemplo, importantes espaços de treinamento para atletas estão sofrendo com o [agravamento da poluição do ar](#) devido ao desmatamento, deixando os moradores locais com menos lugares para correr.

Um plano de jogo proativo

Embora o esporte não tenha escolha a não ser responder às ameaças imediatas de condições climáticas extremas, as coisas só vão piorar a menos que o setor tome medidas proativas em direção a um amanhã mais verde. Isso significa contribuir para projetos de reintrodução da vida selvagem em larga escala, construir instalações com materiais reciclados, fazer a transição para energias renováveis e até mesmo incentivar o uso de transporte público para ir e voltar dos eventos. Mais de 200 equipes, ligas e organizações em todo o mundo já aderiram ao [programa Esportes pela Ação Climática da ONU](#), que inclui compromissos para reduzir pela metade suas emissões de gases de efeito estufa até 2030. Porque, afinal, não há futuro para o esporte sem um planeta saudável onde praticá-lo.

E SE...



Os governos se comprometessem em devolver à natureza a mesma quantidade de terra que dedicam a estádios e campos esportivos?



As marcas transformassem seus resíduos em instalações esportivas sustentáveis, servindo como um modelo de design circular?



PONTO DE
ENTRADA 2

CIDADES CENTRADAS NO ESPORTE

O esporte está sendo reconhecido como a chave para comunidades mais saudáveis, mais verdes e mais conectadas socialmente, transformando selvas de concreto em playgrounds urbanos acolhedores. Utopias do futuro colocarão a recreação de volta ao centro de nossas vidas.



Projetado para o movimento

Do transporte aos espaços verdes, o projeto de uma cidade tem impacto direto em quanto as pessoas se movimentam. O Ministério dos Esportes da França afirma que [46%](#) das atividades esportivas ocorrem atualmente fora das áreas de jogo organizadas e dos clubes, com os residentes aproveitando espaços públicos que não foram originalmente concebidos para o esporte.³⁰

Felizmente, muitas das maiores tendências atuais de planejamento urbano naturalmente promovem mais oportunidades para a prática de esportes. A mudança de cidades voltadas aos carros para cidades voltadas às pessoas é um exemplo perfeito. À medida que o conceito de [cidade de 15 minutos](#) se populariza pelo mundo, ruas com tráfego intenso serão substituídas por caminhos livres para ciclismo, patinação e corrida, promovendo a movimentação diária e ao mesmo tempo reduzindo as emissões dos veículos. Da mesma forma, os apelos por mais espaços verdes aumentarão a participação em esportes casuais ao ar livre, como slackline, e atividades sem equipamentos, como ioga e artes marciais.

O acesso à água também está se tornando um assunto cada vez mais discutido. Um número crescente de cidades tem trabalhado para recuperar os rios e torná-los mais limpos para uso público, citando benefícios como recreação física e conexão com a natureza. Em Londres, há uma pressão crescente para melhorar a água do Rio Tâmisa; moradores de Melbourne pressionam por uma rede de pontos de natação ao longo do Rio Yarra (Birrarung); e, na cidade de Nova York, uma organização chamada [+Pool](#) trabalha para trazer uma piscina flutuante para o East River para que os moradores locais possam se divertir e nadar. Esses projetos não são baratos nem fáceis – como comprovado pela questionável iniciativa de € 1,4 bilhão de Paris para limpar o Rio Sena para as Olimpíadas – mas se tornarão cada vez mais essenciais à medida que as temperaturas aumentam e os moradores buscam maneiras de se refrescar.

Prática socializada

Criar espaço para o esporte é tão essencial para a saúde mental quanto para a saúde física. Quase [uma em cada quatro](#) pessoas no mundo relata se sentir muito ou razoavelmente solitária – um problema que é parcialmente atribuído ao declínio dos terceiros lugares à medida que a vida passa para o mundo on-line.³¹ Mas e se o esporte pudesse ajudar a revitalizar pontos de encontro que correm o risco de desaparecer? Esse é o plano na Malásia, onde o Ministério da Juventude e do Esporte do país está buscando transformar shoppings em [centros esportivos](#) com trampolins, bicicletas ergométricas, áreas de boxe e muito mais. Enquanto isso, nos EUA, grandes edifícios deixados vazios pelo fechamento de lojas e escritórios agora estão sendo preenchidos por [enormes academias](#), completas com espaços de coworking, quadras de pickleball e cafés – colocando a atividade física no centro de nossas vidas sociais.

Marcas individuais também podem fazer a sua parte introduzindo atividades socializadas em seus conceitos de varejo. Neste verão, a loja de departamentos Selfridges, do Reino Unido, lançou o [Sportopia](#), convidando os visitantes a largarem suas sacolas de compras e subirem uma coluna de escalada de 12 metros, participarem de uma aula de exercícios ou assistirem a um jogo no sports bar. Da mesma forma, a nova loja da marca chinesa de skate Avenue & Son em Xangai conta com uma pista de skate revestida de mármore (com um quiosque de café) onde os clientes podem andar de skate loja adentro. Esses espaços esportivos naturalmente permitem mais socialização do que um layout de loja típico, dando aos varejistas um papel na promoção de conexões casuais.

Promoção da acessibilidade

Ao investir nesses projetos de planejamento urbano centrados no esporte, é crucial que as marcas e governos comecem atendendo aqueles que não têm acesso a instalações seguras e acessíveis. O programa [Swim United](#) da Speedo é um excelente exemplo do impacto que as marcas podem ter. No ano passado, a empresa de roupas de banho lançou sete piscinas pop-up em escolas na região de West Midlands, no Reino Unido, onde menos de 50% das crianças – muitas delas de origens desfavorecidas – sabem nadar. Depois de três semanas, 57,5% conseguiam nadar pelo menos 25 metros e as escolas relataram melhora no comportamento em sala de aula.

Para cidades pobres com altas taxas de criminalidade, a adição de instalações esportivas também pode ser um primeiro passo rumo à reabilitação. Essa é a [visão](#) da arquiteta Fernanda Canales, que recentemente ajudou a trazer campos e complexos esportivos para as pequenas cidades mexicanas de Agua Prieta e Naco pela primeira vez em décadas. Os edifícios de Canales servem como modelo de design bonito e multifuncional – desde quadras de basquete que podem ser usadas como locais para shows ao ar livre até bancos de concreto que funcionam também como estruturas de recreação.

Utopias esportivas

Os benefícios de construir cidades em torno do esporte são bem documentados. Os moradores ficam mais saudáveis e mais conectados socialmente, a criminalidade diminui, os espaços verdes se expandem e o movimento diário se torna mais acessível para aqueles que mais precisam. Quando bem-feitas, essas instalações esportivas se integram perfeitamente à arquitetura existente e valorizam a cultura local. Imagine paredes de escalada urbanas em passarelas subterrâneas, pistas de skate projetadas por artistas locais e praças públicas que reúnem diferentes subculturas do esporte. As marcas podem aderir ao movimento patrocinando projetos locais de infraestrutura e reinventando seus espaços físicos, transformando-os em centros de recreação ativa.

E SE...



Espaços não utilizados – de aeroportos abandonados a plataformas de petróleo – fossem transformados em centros esportivos futuristas?



Os governos investissem em infraestrutura esportiva como forma de combater a solidão crescente?



Marcas concorrentes unissem seus recursos para construir instalações recreativas nas áreas menos favorecidas?



SIMULAÇÕES ESPORTIVAS

PONTO DE
ENTRADA 3

Tecnologias imersivas estão levando o esporte a novas dimensões, inaugurando um futuro mais acessível, gamificado e imaginativo para o esporte.

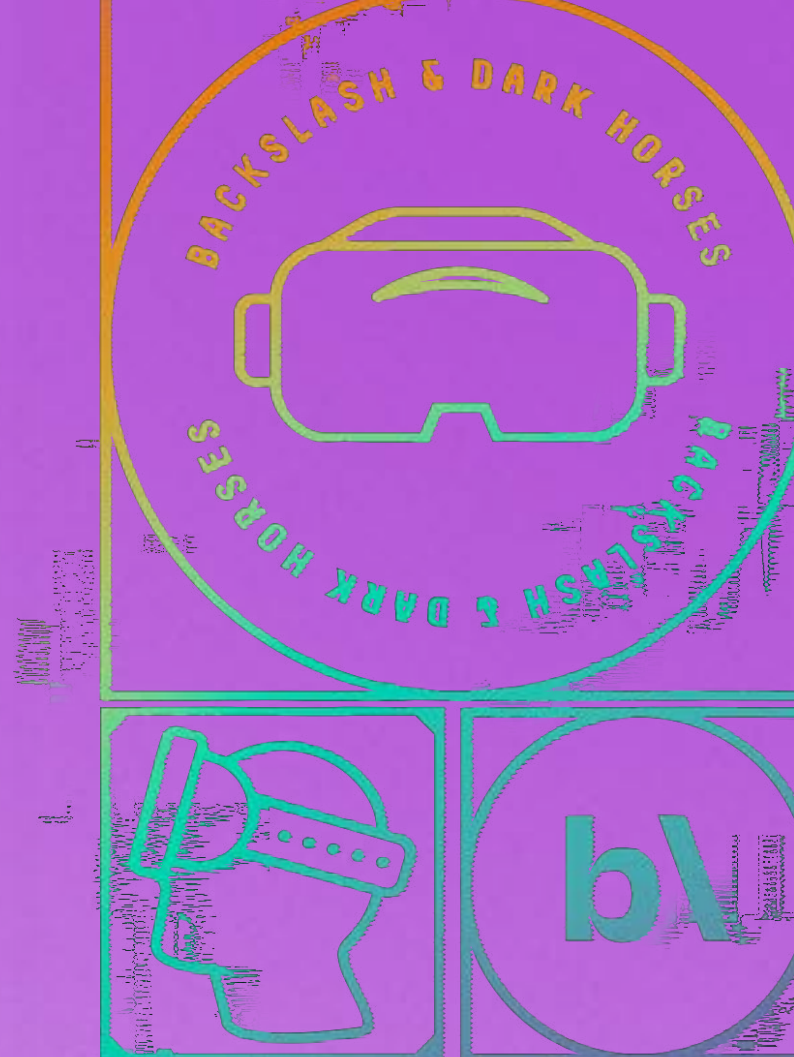
Antes de falarmos sobre a mudança dos esportes para o mundo virtual, é importante reconhecer que a prática digital nunca substituirá totalmente a real. O movimento físico, a conexão com a natureza, a camaradagem de uma equipe e a energia de um público ao vivo são mais bem vivenciados na vida real, e isso não vai mudar tão cedo. No entanto, as tecnologias imersivas têm seu lugar quando quebram os limites do que é possível e catapultam o esporte para além das convenções.

Superando os limites do espaço físico

Uma oportunidade muito prática é usar a tecnologia para quebrar os limites do espaço físico. Jogos como beisebol, críquete, rúgbi e futebol estão entre os muitos esportes que prejudicam a natureza e exigem grandes quantidades de terra e água, o que os torna incompatíveis com as metas climáticas modernas e inviáveis para cidades densas sem espaço sobrando. Ao mesmo tempo, nem todo mundo tem acesso imediato a montanhas para praticar snowboard ou a um oceano para surfar – nem dinheiro para viajar a tais lugares. É aí que a tecnologia pode ajudar.

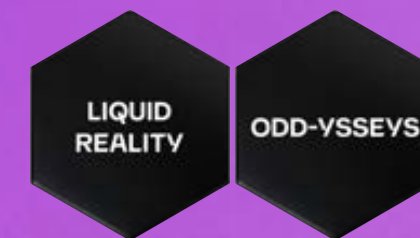
Estima-se que 6,2 milhões de americanos usaram um simulador de golfe em 2023, um aumento de 73% em comparação aos níveis pré-pandêmicos.³²

National Golf Foundation, 2023



A recém-inaugurada [Active Arena](#), em Frisco, Texas, é um bom exemplo de como esportes ao ar livre podem ser levados para ambientes fechados sem comprometer a fisicalidade. Os destaques incluem uma arena de boxe com tecnologia de IA, um simulador de parapente em realidade virtual, um simulador de esqui na neve, um jogo de tiro ao alvo de tênis e muito mais. O espaço de “edutainment” visa a tornar os esportes acessíveis a todos, eliminando barreiras físicas e financeiras – algo que pode ser especialmente bem-vindo por atletas mais velhos que desejam reduzir o risco de lesões. O mesmo pode ser dito do [F1 Arcade](#), que está crescendo rapidamente e trazendo o mais alto nível de automobilismo internacional para as massas. A previsão é que 30 unidades sejam abertas até o final de 2027.

Olhando mais adiante, a tecnologia também poderia permitir que experimentássemos como é praticar esportes em realidades totalmente diferentes. A [HoloBike](#), que parece algo saído de um episódio de Star Trek e foi lançada recentemente no Kickstarter por um ex-pesquisador de realidade virtual do Google, oferece um vislumbre do que é possível. A bicicleta ergométrica conta com uma tela panorâmica de 27 polegadas que reproduz paisagens externas em 3D em tempo real para fazer o ciclista sentir como se estivesse realmente se movendo pelo espaço, sem precisar de óculos de realidade virtual incômodos. Embora a HoloBike atualmente gere paisagens ao ar livre, não é difícil imaginar como produtos comparáveis podem futuramente permitir que as pessoas andem de bicicleta na Lua, corram por cidades antigas ou remem em um rio cheio de criaturas míticas.



Esporte gamificado

A entrada do esporte físico nos ambientes digitais também está dando origem a conceitos mais gamificados e voltados ao entretenimento. Talvez o mais aguardado seja a [TGL](#), a liga de golfe indoor de Tiger Woods e Rory McIlroy, programada para começar em 2025. Os jogadores darão as tacadas iniciais em tees de grama real, mas as partidas ocorrerão em grande parte virtualmente, com as bolas sendo rastreadas por telas gigantes de simulador entre buracos projetados sob medida. Para uma diversão extra e um toque viral, a liga também adicionará um relógio de tacada, um árbitro, um pedido de tempo para “catimbar” o jogo e um martelo que pode aumentar o valor de um buraco para aumentar a pressão. Os jogadores até usarão microfones para que a torcida possa acompanhar tudo de perto.

Um tema semelhante está ganhando vida por meio dos primeiros “[Jogos do Futuro](#)”, um novo tipo de evento “figital” que ocorreu na Rússia no início deste ano. A competição internacional combina esportes físicos, eSports e tecnologias de AR/VR, com eventos notáveis como corridas de drones, Counter-Strike 2 + laser tag, hóquei e basquete digitais e batalhas de robôs. Mais de 2.000 pessoas participaram e mais de 150 milhões assistiram em serviços de streaming, o que comprova a atratividade do conceito.

Um futuro híbrido

Com o crescimento das tecnologias de AR e VR, poderemos muito bem ver os simuladores servindo como um caminho para carreiras profissionais no futuro. Basta ver como pilotos como Rajah Caruth e William Byron fizeram a [transição bem-sucedida](#) das corridas virtuais para carreiras reais na NASCAR, tornando o esporte mais acessível e atraente para uma nova geração. “Seremos capazes de desenvolver uma nova classe de talentos porque eles estarão no videogame desde os quatro anos de idade, evoluindo para um simulador”, explica Ray Smith, Diretor de Gaming & eSports da NASCAR.

O futuro dos esportes aprimorados pela tecnologia parece brilhante. Os esportes totalmente virtuais continuarão tendo o seu lugar, mas conceitos que combinam a prática física com a diversão digital oferecerão o melhor dos dois mundos muito depois que o hype passar.

E SE...



Conceitos digitais pudessem reavivar o interesse em esportes tradicionais que correm risco de extinção?



Simuladores permitissem que você experimentasse como é competir contra lendas do esporte aposentadas?



O TIME

ESTRATÉGIA

Matt Readman \ Diretor de Estratégia, Dark Horses \ Redator-Chefe
Cecelia Girr \ Diretora de Estratégia Cultural, Backslash \ Editora
Skyler Hubler \ Estrategista Cultural Sênior, Backslash \ Redatora
Mike Warren \ Gerente de Contas Sênior, Dark Horses
Johnny Thai \ Estrategista Cultural Júnior, Backslash

OPERAÇÕES + PRODUÇÃO DA BACKSLASH

Dana Fors \ Diretora de Operações
Derrick DeBlasis \ Produtor
Jason Lauckner \ Produtor \ Editor

DESIGN

Bruno Regalo \ Diretor de Design
Monica Gelbecke \ Líder de Negócios
Alessandra Horn \ Diretora Associada de Produção
Thiago Matsunaga \ Diretor Associado de Design Digital
Gabriel Menezes \ Supervisor de Design

DADOS

Kelly Davis \ Diretora de Produto de Dados, TBWA\Worldwide
María Fernanda Arce Mendicutti \ Diretora Global de Inteligência, TBWA\Worldwide
Nuria Pelada Carmona \ Analista Global de Inteligência de Dados, TBWA\Worldwide

LIDERANÇA

Troy Ruhanen \ Presidente e CEO, TBWA\Worldwide
Melissa Robertson \ CEO, Dark Horses
Jen Costello \ Diretora Global de Estratégia, TBWA\Worldwide
Alyson Stevens \ Chefe de Inteligência Conectada, TBWA\Worldwide
Faye Raincock \ Chefe Global de Comunicações, TBWA\Worldwide
Michael Horn \ Chefe Global de Produto de Dados, TBWA\Worldwide
Aliah Berman \ Diretora Global de Diversidade, TBWA\Worldwide

COLABORADORES

OCEANIA

Mark Lloyd, TBWA\Auckland
Sebastian Revell, TBWA\Sydney
Callum James, TBWA\Sydney
Renata Yannoulis, TBWA\Sydney

NORTE DA ÁSIA

Rui Pu, TBWA\China
Andy Huang, TBWA\China
Mimo Shen, TBWA\China
Monica Ye, TBWA\China
Patrycja Sojka, TBWA\Hakuhodo
Zenon Sadler, TBWA\Hakudodo
Yee Ching Wong, TBWA\Hong Kong

SUL + SUDESTE DA ÁSIA

Jin Wong, TBWA\Singapore
Amir Imran, TBWA\Kuala Lumpur
David Adams, TBWA\Thailand

AMÉRICA DO NORTE

Sam Nipius, Juniper Park\TBWA
Hannah Schweitzer, TBWA\Chiat\Day LA
Rema Spelman, TBWA\Worldwide
Benjamin Trini, TBWA\Chiat\Day
Liam Steuart, Precision Marketing
Elke Jones, GMR Marketing
Jake Deitcher, GMR Marketing
Adam Lippard, GMR Marketing
Alexa Sunderland, GMR Marketing
Casey Gartland, GMR Marketing
Jessie Giordano, GMR Marketing
Max Lenderman, GMR Marketing
Todd Fischer, GMR Marketing

EUROPA

Francesca Corbia, TBWA\Italia
Jan Omahen, TBWA\Italia
Federico Ferraris, TBWA\Italia
Sasa Droftina, TBWA\Italia
Ivan Todorovic, TBWA\Italia
Leonardo Chiarappa, TBWA\Italia
Warren Dell, TBWA\London
Peter Kormanyos, TBWA\Neboko
Raul Moreno, TBWA\Spain

ÁFRICA + ORIENTE MÉDIO

Siphamandla Shabane, TBWA\South Africa
Tshepiso Seopa, TBWA\South Africa

AMÉRICA LATINA

Isabel Geo, Lew\Lara\TBWA
Maira Miguel, Lew\Lara\TBWA
Bruno Lobo, Lew\Lara\TBWA
Hugo Costa, Lew\Lara\TBWA
Rafael Salgado, Lew\Lara\TBWA
Thauanne Menezes, Lew\Lara\TBWA
Isabela Sciuto, Lew\Lara\TBWA
Renan Vidigal, Lew\Lara\TBWA
Fernando Trovões, Lew\Lara\TBWA
Alvaro Salcedo, TBWA\Peru
Luis Alberto Sánchez, TBWA\Peru
Miguel Arévalo, TBWA\Peru
João Pedro Barbosa, iD\TBWA
Guilherme Lima, iD\TBWA
Aline Travensole, iD\TBWA
Julia Viana, iD\TBWA
Nilson Santos, iD\TBWA
Rafaela Vitorino, iD\TBWA

EDGES QUE MOLDAM O FUTURO DO SPORT



ARTIFICIAL CREATIVITY

A IA está se mostrando uma enorme força criativa, ampliando os limites da nossa imaginação e permitindo que as massas se tornem criadoras. À medida que noções anteriores de criatividade são derrubadas, questões de propriedade, o valor do que é feito por humanos comparado ao que é feito por IA e a preciosidade do processo criativo continuarão a ser questionadas.

BODY DEBATES

Nossos corpos estão oficialmente abertos a discussão – e há pouco consenso sobre o que é certo. À medida que aumentam as conversas sobre tudo, desde drogas a dietas, decisões outrora pessoais passarão para o centro de debates muito públicos em torno do direito à autonomia corporal versus a necessidade de regulamentação.

CIRCULAR AFTERMARKETS

Na interseção da sustentabilidade, escassez e cultura hype está uma economia de pós-venda em expansão. Produtos velhos estão sendo reciclados, consertados e revendidos, enquanto novos produtos estão sendo criados com opções de fim de vida incorporadas. Da tecnologia modular à moda com resíduos alimentares, a mudança para a circularidade está abrindo amplas oportunidades de lucros pós-venda.

COUNTER CANCEL

Uma sociedade hiperpolarizada está pronta para trocar a intolerância tóxica por um compromisso com o progresso. À medida que a guerra contra o politicamente correto continua, um grupo crescente de pessoas está se recusando a participar de um mundo dividido. O movimento anticancelamento conclamará as pessoas a aprender em vez de as execrar – trocando a humilhação pública por uma conversa saudável e equilibrada.

FUTURE UTOPIAS

Com as cidades de hoje claramente não servindo a nós ou ao planeta, os planejadores urbanos estão sonhando com um futuro totalmente diferente. Essas experiências ambiciosas trarão uma mistura de ideias antigas e novas, e um novo apreço por projetos mais ecológicos e resilientes. Espere que cidades preparadas para o futuro redefinam a vida aspiracional.

GAP COLLAPSE

A luta contra a desigualdade está se tornando mais matizada. Não se trata mais apenas da disparidade de riqueza – a disparidade climática, de saúde e educacional e a exclusão digital estão expondo as consequências reais do aumento da desigualdade. Na corrida para reequilibrar a balança, desbloquear o acesso é a próxima grande oportunidade de mercado.



**HEALTH
HEDONISM**

O setor de saúde ora estéril está buscando inspiração no lado prazeroso do bem-estar, dando início a uma abordagem mais holística e hiperpersonalizada. À medida que o bem-estar se torna tanto um estilo de vida quanto um sistema de crenças, os rituais diários passarão por uma reformulação de autocuidado. Quem disse que a jornada para uma saúde melhor não pode ser prazerosa?

**INCLEMENT
ARMOR**

O clima extremo não é mais extremo – é o nosso novo normal. À medida que nos adaptamos a um futuro de temperaturas recordes e desastres naturais frequentes, a necessidade de proteções mudará tudo, desde o que vestimos até à forma como trabalhamos. Armaduras à prova de intempéries estão se tornando um escudo essencial contra um mundo que parece fora de nosso controle.

**INCLUSIVE
BY DESIGN**

A inclusão não é uma caixa de seleção, é uma forma de design thinking. Com as expectativas em torno da inclusão disparando, os consumidores hipercríticos farejarão o tokenismo e exporão promessas vazias. A inclusão legítima requer um plano inteiramente novo, construindo sistemas, leis, espaços, produtos e experiências de modo que sejam acessíveis de baixo para cima. Um futuro mais justo nos aguarda.

**LIQUID
REALITY**

É o fim da realidade que conhecemos. Da mídia sintética à ascensão da virtualização de tudo, as tecnologias imersivas estão inaugurando uma era em que on-line e off-line se confundem cada vez mais. À medida que os limites do nosso mundo físico são destruídos, novas possibilidades de autoexpressão e engajamento mais profundo surgirão.

**MIND
MAINTENANCE**

Problemas de saúde mental antes invisíveis estão se movendo para o centro do palco. Conforme o tabu é quebrado, a saúde mental passará de reativa a proativa, de desejável a imprescindível. A manutenção mental é nossa nova prioridade comum, e a estamos praticando diariamente.

**MOOD
GEISTING**

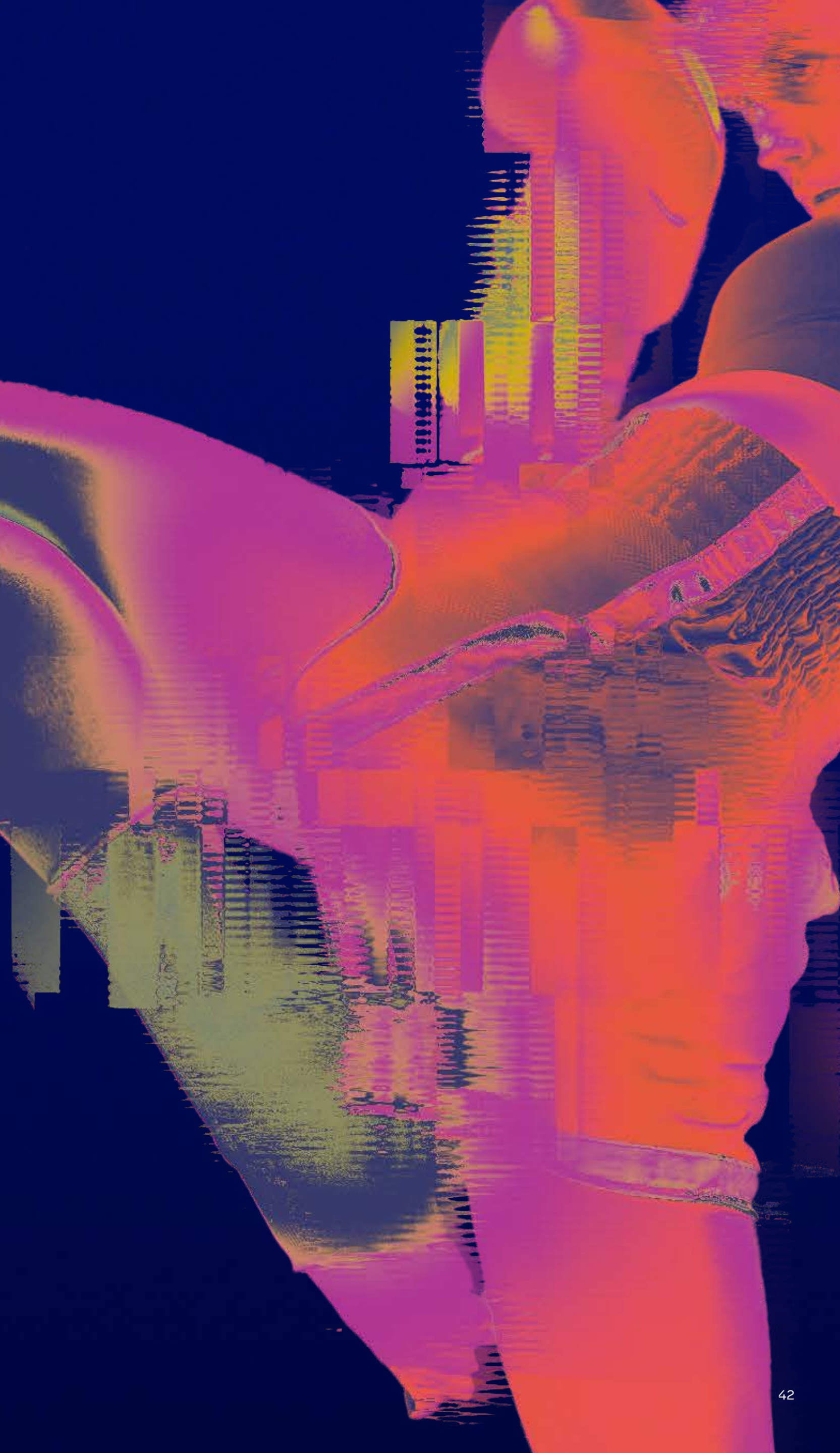
As emoções humanas estão sendo analisadas e aprimoradas de maneiras totalmente novas. Uma onda moderna de produtos que melhoram o humor promete nos deixar mais calmos, felizes ou até eufóricos. E o emergente campo da IA emocional está dando a nós – e às marcas de quem compramos – uma visão avançada de como nos sentimos. O mercado da modulação do humor está em alta.

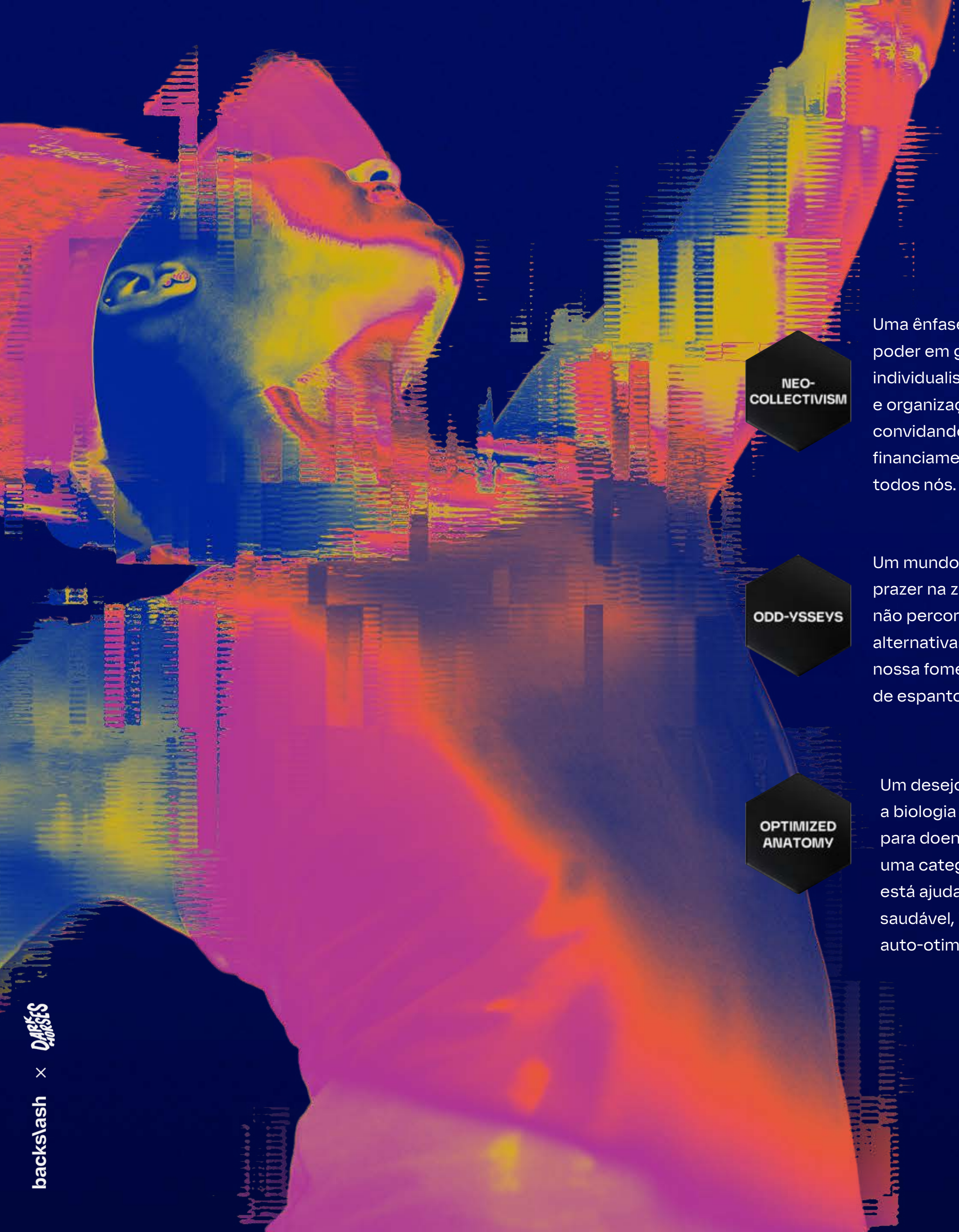
**GENDER
RULES**

Nosso gênero não nos define mais. E não queremos que ele nos defina. Da moda à dinâmica familiar, estamos desfazendo os papéis em que o gênero nos encaixotou e acabando com as divisões binárias de gênero. Ao superarmos os estereótipos masculinos e femininos, vamos nos voltar a novos marcadores de identidade que transcendem nosso sexo físico.

**CONNECTION
QUEST**

Estamos simultaneamente mais conectados e mais isolados do que nunca. Em um mundo que não é mais feito para facilitar as interações face a face, novos espaços sociais, aplicativos e modelos de negócios estão surgindo para preencher esse vazio. A economia da conexão está em alta e talvez possa curar nossa saúde coletiva.





NEO-COLLECTIVISM

Uma ênfase renovada no coletivismo está redistribuindo o poder em grande escala. Percebendo que o individualismo só pode nos levar até certo ponto, marcas e organizações estão abrindo mão do controle e convidando a participação na forma de descentralização, financiamento coletivo e cocriação. O futuro pertence a todos nós.

ODD-VSSEYS

Um mundo esgotado pela racionalidade está encontrando prazer na zona de desconforto. Com tão poucas estradas não percorridas e perguntas sem resposta, realidades alternativas e aventuras de outro mundo alimentarão nossa fome de escapismo. É hora de reviver nosso senso de espanto.

OPTIMIZED ANATOMY

Um desejo de controle está fazendo com que tomemos a biologia em nossas próprias mãos. De intervenções para doenças a ferramentas de altíssima tecnologia, uma categoria crescente de tratamentos e produtos está ajudando as pessoas a buscar uma versão mais saudável, inteligente e jovem de si mesmas. No ramo da auto-otimização, nenhum upgrade está fora de alcance.

REWILD RESILIENCE

Estamos deixando a natureza retomar seu lugar em nosso mundo. À medida que acordarmos para o fato de que restaurar a biodiversidade é fundamental para a nossa sobrevivência, veremos a renaturalização tornar-se uma prioridade comum entre legisladores, empresas e residentes locais. No esforço para acolher de volta a natureza, todos têm um papel a desempenhar.

ROOTS REVIVAL

A perda do prestígio da globalização está nos permitindo redescobrir nossas raízes. Embora ser um cidadão do mundo já tenha sido motivo de orgulho, agora estamos nos voltando para dentro e entrando em contato com nossa herança local e nacional – obtendo um novo apreço pelas pessoas e tradições que nos antecederam. Para saber quem somos, devemos primeiro entender nossa história.

UNGLOSSED

Um mundo tenso está pronto para relaxar. Exausta por padrões impossíveis e de saco cheio da perfeição, a sociedade está abraçando o real e sem filtros – e recusando-se a pedir desculpas por isso. A cultura da aspiração é coisa do passado, e as falhas estão sendo colocadas em primeiro plano.

METODOLOGIA

Este relatório nasceu de meses de pesquisa qualitativa e quantitativa aprofundada, ideação estratégica e colaboração entre o Backslash e a Dark Horses. Também inclui contribuições de 56 spotters culturais do Backslash em 22 escritórios globais da TBWA. Nossos spotters trazem a experiência obtida trabalhando em algumas das maiores empresas esportivas e patrocinadores de esportes do mundo, como Adidas, Gatorade e Nissan.

Este é um relatório de pesquisa independente. Nenhuma das pessoas físicas ou jurídicas aqui mencionadas endossou ou de outra forma participou deste relatório.

FONTES

1. Global Web Index, 2023. 2. [The Guardian](#), "Revealed: Saudi Arabia's \$6bn spend on 'sportswashing'", July 2023. 3. [Deloitte](#), "Breaking the billion-dollar barrier: Women's elite sports to generate more than \$1 billion in revenue in 2024", November 2023. 4. [Statista](#), "The world's highest paid female athletes", January 2024. 5. [CNN](#), "What the conversation about Caitlin Clark's pay gets wrong", April 2024. 6. Deloitte, "VR is a hot prospect for sports, how can it get off the bench?", August 2023. 7. Market Research Biz, "Generative AI in Sports Market", May 2023. 8. Deadline, "25 of the most-watched TV programs of all time", February 2024. 9. Morning Brew, "When it comes to sports fandoms, young people keep it casual", March 2024. 10. Forbes, "The audience for Super Bowl LVIII grew by all measurement providers", February 2024. 11. Deloitte, "2023 Sports fan insights: The beginning of the immersive sports era", June 2023. 12. Sportico, "100 Highest-paid athletes in the world 2022", May 2022. 13. Gallup, Values and Beliefs Survey, May 2023. 14. World Health Organization, "Disability", March 2023. 15. Activity Alliance, Annual Disability and Activity Survey, June 2022. 16. JAMA Neurology, "Neuropathologic and Clinical Findings in Young Contact Sport Athletes Exposed to Repetitive Head Impacts", August 2023. 17. Aspen Institute, "State of Play 2022", September 2022. 18. NFHS, High School Participation Survey Archive, September 2023. 19. The Guardian, "It felt like somebody had hit a hammer through my knee: the crisis of ACL injuries in women's football", February 2024. 20. Loyola Medicine, "Understanding ACL Injuries in Female Athletes: Risk Factors, Treatment and Prevention", March 2024. 21. British Journal of Sports Medicine, Anterior cruciate ligament injury: towards a gendered environmental approach, 2021. 22. British Journal of Sports Medicine, Suicide in National Collegiate Athletic Association athletes: a 20-year analysis, 2024. 23. CNN, These cities will be too hot to host the Olympics by 2050, August 2024. 24. National Recreation and Park Association, Parks and Recreation is Essential, 2023. 25. PwC, Sports Industry Outlook 2024, 2024. 26. Rapid Transition Alliance, Playing against the clock: Global sport, the climate emergency, and the case for rapid change, June 2020. 27. International Olympic Committee, All you need to know about Paris 2024 sustainability, July 2024. 28. Barron's, Bach says 'only 10 countries' can stage Winter Olympics, October 2023. 29. Sport England, Active Lives Adult Survey, April 2024. 30. Paysalia, How to develop urban sport by adapting the city landscape. 31. Gallup, Global state of social connections, November 2023. 32. National Golf Foundation, Simulator golf sees real surge, November 2023.

THANK YOU.

WORLDWIDE
BY TBWA\WORLDWIDE
E OF SPORT
SH & DARK HORSES



backslash

DARK
HORSES

O Backslash é a unidade de inteligência cultural da TBWA\Worldwide. Explore nosso trabalho em backslash.com.

A Dark Horses é uma agência criativa com sede em Londres especializada em esporte, boa forma e bem-estar.

Saiba mais em darkhorses.com.