

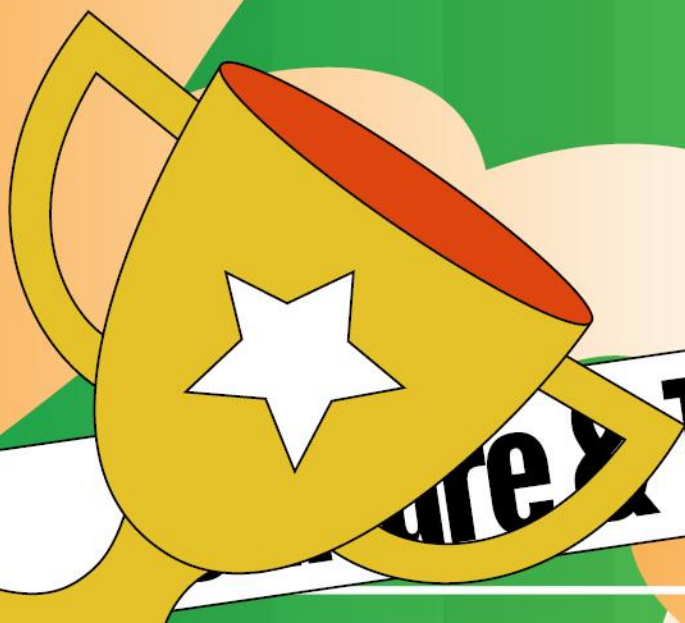
& Trends Culture & Trends Culture & Trends



Reporte de Cultura & Tendencias

**UNA REVOLUCIÓN
DEL FÚTBOL**

Cómo los creadores y las comunidades latinas están
reescribiendo las reglas del entretenimiento
futbolístico.



Trends Culture & Trends Culture

LA NUEVA ERA DE LA TRANSMISIÓN

Este bello deporte podrá recibir muchos nombres en todo el mundo, pero para Latinoamérica solo hay un fútbol.

Los creadores de fútbol de YouTube no solo han transformado el panorama mediático del deporte, sino la industria del fútbol en general, pasando de contenidos creados por aficionados a asegurar derechos de transmisión y convertirse en los principales destinos para ver partidos en directo y análisis, lo que antes pertenecía a las cadenas tradicionales. Hoy en día, los creadores transmiten en directo en YouTube para crear un entretenimiento deportivo que los aficionados disfrutan tanto como en la televisión abierta, si no es que más, proporcionando una cobertura deportiva interactiva, inmediata, escalable y centrada en el fan.

Reescribiendo los derechos de transmisión

Canales como **Layvtime** transmitieron partidos de la Liga MX, la Copa de Campeones Concacaf y de la Selección Mexicana en 2025, en YouTube. Mientras tanto, el canal endémico **CazéTV** se ha convertido en el modelo a seguir al transmitir competencias de alto nivel, e incluso asegurar los derechos para la próxima Copa del Mundo este año, en Brasil. Este tipo de movimientos señalan un cambio tectónico en los acuerdos de derechos de medios, apuntando hacia una comprensión profunda de dónde pasan el tiempo las audiencias.

Lo más revelador de este cambio es cómo los medios de comunicación convencionales están siguiendo su ejemplo. Claro Sports, Somos Fox y TV Azteca están transmitiendo programas en directo en YouTube, ya sea para complementar sus ofertas de televisión o para ampliar los derechos existentes.



1MM vistas

al canal oficial de CazéTV durante el Mundial de Clubes FIFA 2025

YouTube data, Global, Junio 14 - Julio 13, 2025

EL NUEVO PALCO DE PRENSA

Los espacios digitales se han convertido en el punto de origen de una nueva generación de periodistas, a medida que atletas, analistas y podcasters aprovechan la libertad creativa que ofrecen plataformas como YouTube para comunicarse con sus audiencias. Los creadores han encontrado un éxito particular, como **La Cobra** y **Davoo Xeneize**, quienes ofrecen una amplia

gama de contenido en torno al fútbol y su cultura, al igual que jugadores como los campeones del mundo **Miguel Layún** y **Lamine Yamal**, quienes utilizan su perspectiva única para entrevistar a otros jugadores actuales y mostrar el detrás de cámaras. Esta conexión auténtica y a nivel de campo permite que las audiencias se mantengan conectadas con el deporte.

Creadores



@LaCobraa
1.1M SUSCRIPTORES



@DavooXeneizePlusX
2.5M SUSCRIPTORES

Jugadores



@LamineYamal
2M SUSCRIPTORES



@MiguelLayun
146K SUSCRIPTORES

Muchos aficionados al fútbol prefieren YouTube antes que la televisión tradicional: Según un estudio realizado en Brasil y México, el 56% de los aficionados al deporte en Brasil y el 59% en México coinciden en que prefieren ver comentarios deportivos profesionales de creadores, atletas y periodistas en línea en lugar de en la televisión.¹

FANDOM Y CONTENIDO DEPORTIVO

Los creadores están redefiniendo la experiencia del fan de una forma en que las cadenas de TV simplemente no pueden: asisten a los partidos, graban sus vivencias en vlogs, muestran un aspecto cotidiano de los jugadores, obtienen millones de vistas con videos de reacciones, realizan transmisiones en vivo para ver partidos junto a su audiencia y crean tribunas virtuales donde los fans interactúan entre sí en tiempo real. Todo esto a través de la visión de una persona libre de las limitaciones que conlleva una televisora, lo que los hace sentir más auténticos y cercanos.

66%

de los aficionados al deporte en México, de entre 14 y 49 años, ven o interactúan semanalmente o más con comentarios o análisis deportivos de creadores o fans.

Google/SmithGeiger, YouTube Trends Survey, MX Abril 2025, N=738 aficionados en línea entre 14-49.

Los creadores saben que su éxito depende de los fans, por lo que crean contenido que los sitúa dentro del juego, como los vlogs de **Fútbol al Chile** o la amplia variedad de formatos de **Los Displicentes**, que incluyen entrevistas, reacciones, gameplays de videojuegos del deporte y transmisiones de partidos en vivo.

63%

de los aficionados al deporte en México entre 14 a 49 años ven o interactúan semanalmente o más, con fans que comparten sus experiencias en eventos deportivos.

Google/SmithGeiger, YouTube Trends Survey, MX Abril 2025, N=738 aficionados en línea entre 14-49.

Esta *fandomificación* del contenido deportivo fomenta un fuerte sentido de comunidad, construyendo una base de fans aún más leal y comprometida, más allá del estadio.

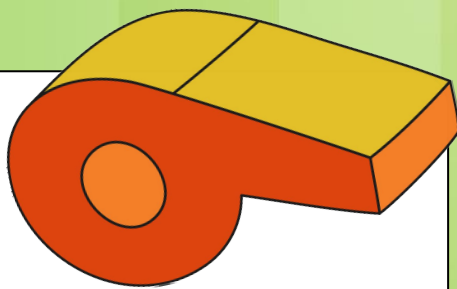
Un ejemplo son los videos de retos que *gamifican* el deporte. Diseñados para ser atractivos, humorísticos y fáciles de compartir, estos videos se presentan en diferentes formatos, como retos basados en habilidades, retos predictivos de los partidos o contenido "vs. profesionales". Al trascender el juego en sí, estos contenidos se convierten en una forma de entretenimiento por derecho propio.



@LosDisplicentes
2.5M SUSCRIPTORES



@FutbolAlChile
402K SUSCRIPTORES



LOS CREADORES TOMAN EL CAMPO

Los creadores y los fans no se limitan solo a mirar, transmitir y comentar. De hecho, están organizando y jugando en sus propias ligas y torneos dentro de YouTube, como **La People's League** en México y **Partidazo de YouTubers** en España. La **Kings League**, reconocida mundialmente y fundada originalmente por el exfutbolista profesional Gerard Piqué en 2022, fue diseñada pensando en audiencias digitales: las reglas se crearon mediante un proceso de votación en redes sociales, y los equipos pueden usar tarjetas de "arma secreta" durante los partidos que les otorgan "potenciadores", cual videojuego.



@LaPeoplesLeague
42K SUSCRIPTORES



@DjMaRiiO
10M SUSCRIPTORES

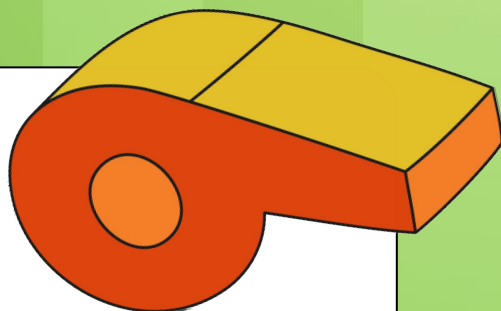


@KingsLeagueOfficial
1.3M SUSCRIPTORES

Y las audiencias están respondiendo a lo grande. En 2025, los videos relacionados con la Kings League recibieron más de 900 millones de visualizaciones a nivel global. El impacto en los fans es inconfundible.

63%

de los aficionados al deporte en México coinciden en que les gusta ver videos en línea de retos, juegos y/o eventos deportivos inventados por creadores.³



Los torneos liderados por creadores honran al deporte mientras adoptan la estética visual y cinética de los nativos digitales, a la vez que representan un cambio significativo en los medios deportivos: se pueden crear eventos deportivos altamente atractivos y rentables sin derechos de transmisión multimillonarios o reconocimiento de los medios convencionales. Más bien, estos eventos tienen éxito debido a su ingenio, a la participación de la audiencia, de los creadores y de las comunidades de fans.

2 YouTube data, Global, Enero 1 - Diciembre 31, 2025
3 Google/SmithGeiger, YouTube Trends Survey, México, abril de 2025, N=738 aficionados al deporte en línea de 14 a 49 años.

Cultura & Trends Culture

LO QUE ESTO SIGNIFICA PARA TI

Trends Culture

El crecimiento explosivo del contenido de fútbol y su impacto en la industria deportiva se debe a cómo los creadores están otorgando a los fans un acceso y una libertad sin precedentes.

01

Los creadores de contenido de fútbol son los nuevos grandes protagonistas en las transmisiones deportivas. Creadores independientes ahora realizan co-streaming de partidos profesionales, expandiendo el contenido de fútbol en plataformas digitales para alcanzar nuevas audiencias durante grandes eventos deportivos.

02

Donde los creadores lideran, el "mainstream" lo sigue. El éxito de canales como CazéTV, ha inspirado a periodistas, atletas e incluso a cadenas enteras a seguir sus pasos. Los medios convencionales están intentando ponerse al día; YouTube sigue siendo clave para fomentar las relaciones directas y auténticas que exigen millones de fans apasionados.

03

La tribuna se vuelve virtual. Los fans están utilizando la plataforma como una extensión de las gradas del estadio, viendo el juego junto a otros aficionados de forma remota cuando no pueden estar a pie de la cancha. Los chats en vivo permiten la interacción en tiempo real entre fans de todo el mundo, y la capacidad de crear y publicar su propio contenido fomenta un sentido de comunidad y compromiso.

04

Los torneos liderados por creadores están cambiando el juego, literalmente. Competencias originales como la Kings League y el Partidazo de YouTubers utilizan combinaciones ingeniosas de talento —incluyendo atletas, celebridades y creadores de contenido— que aprovechan toda la gama de formatos.

