


ABRIL • 2026

# O novo significado do esporte no Brasil

*Onde corpo, movimento e cultura se encontram*



ALCOFORADO,

 **DECATHLON** 50 ANOS | 25 ANOS BRASIL

# O Brasil é o 2º maior mercado de academias do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos.\*

{Em número de academias\*}

São cerca de

**50 mil**

**ACADEMIAS  
NO PAÍS**

Em número de clientes,  
o Brasil costuma aparecer entre

**2º e 3º**

lugar global, disputando com países como Alemanha, Reino Unido e Índia e China.

**AINDA ASSIM, SOMOS ACIMA  
DA MÉDIA MUNDIAL DE SEDENTARISMO.\*\***

**56% a 60%**

**DOS BRASILEIROS ADULTOS  
ESTÃO COM SOBREPESO**

O crescimento é  
contínuo nas  
últimas décadas.

**22% a 25%**

**DA POPULAÇÃO ADULTA É OBESA.**

Isso nos coloca entre os  
**20 países com maior  
número absoluto de  
pessoas obesas no  
mundo** (por tamanho  
da população).

Fonte: relatórios da IHRSA (Global Report) \*\* Vigitel (Ministério da Saúde)

# O que esporte significa para os brasileiros?



**Em um ano de dupla celebração 50 anos de história e 25 anos no Brasil, a Decathlon quis ir além dos números:**

Entender, de dentro, a relação com a prática esportiva. Seus significados, seus bloqueios.

# Metodologia

## 01

### Imersão bibliográfica

Mergulho em teses, livros e repertório acadêmico sobre esporte, corpo e prática física — construindo a base conceitual que orienta todo o estudo.

## 02

### Social listening

Varredura dos últimos 12 meses via plataforma Sprinklr e Winnin, monitorando esporte e temas-chave do universo esportivo no Instagram, X e TikTok. (Abr/25 a mar/26)  
\*Buscas se limitam a API de cada rede social

## 03

### Pesquisa quantitativa

Survey com 2.017 respondentes, amostra ponderada por região Brasil, contemplando as classes A, B, C, D e E.

Respondentes entre 18 e 61+ anos, distribuídos em quatro faixas geracionais: Gen Z (18–27), Millennials (28–43), Gen X (44–60) e Boomers (61+).

## Análise integrada

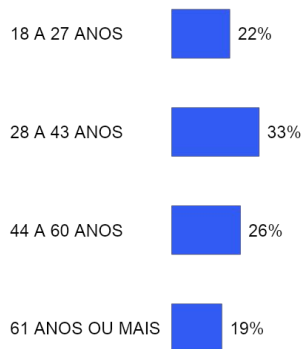
O cruzamento das três etapas permite uma leitura em camadas: do que se diz academicamente, do que circula culturalmente e do que os dados revelam — tudo convergindo para uma compreensão mais precisa e nítida da relação do brasileiro com o esporte.

# Zoom na amostra

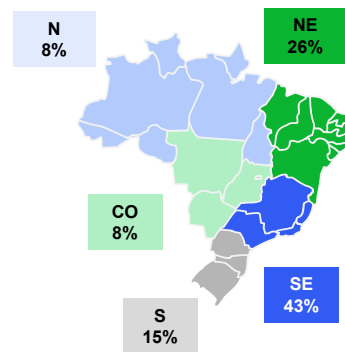
Entrevistas online  
2017

A margem de erro máxima é de 2.2p.p., considerando 95% de nível de confiança.

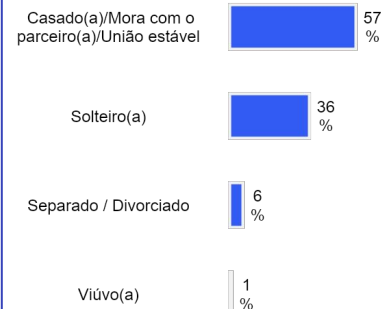
## Idade



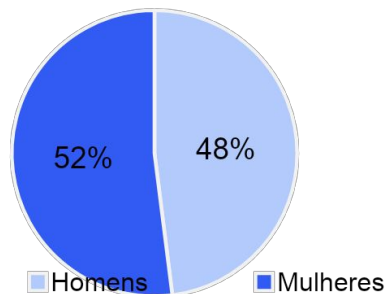
## Região (Brasil)



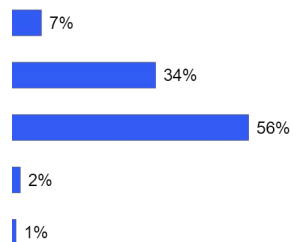
## Estado Civil



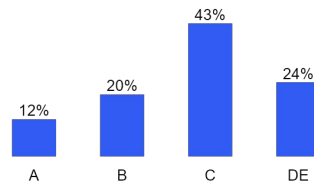
## Gênero



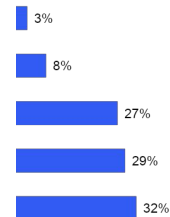
## Raça/Cor



## Classe



## Filhos



# O que os dados revelam?



# 56%

dos brasileiros não atingem o nível mínimo de exercícios recomendados pela OMS.

Fonte: Organização Mundial da Saúde (WHO). Guidelines on Physical Activity and Sedentary Behaviour (2020). Recomenda-se no mínimo 150 a 300 minutos semanais de atividade física moderada ou 75 a 150 minutos de intensidade vigorosa, além de exercícios de força ao menos duas vezes por semana.

# ABERTURAS DEMOGRÁFICAS | *sedentários x ativos*

Ativo (≥150 min/sem)

Sedentário (<150 min/sem)

## GÊNERO

Masculino



Feminino



*Sem diferença significativa entre homens e mulheres*

## GERAÇÃO

Millennials (28–43)



Gen X (44–60)



Gen Z (18–27)



Boomers (61+)



*Mais velhos são mais sedentários*

## REGIÃO

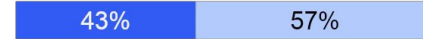
Nordeste



Centro-Oeste



Sudeste



Norte



Sul

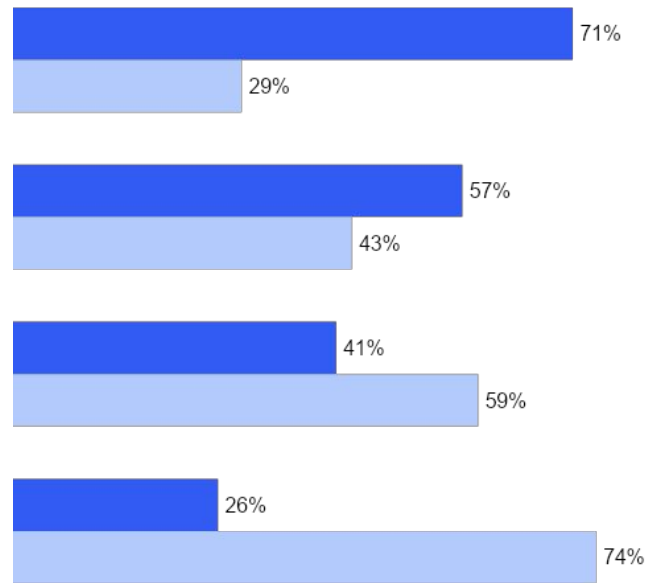


*Nordeste é a região mais ativa*

\*Ativo → Prática ≥150 min/semana (recomendação OMS)

## É no recorte de classe que as diferenças se revelam mais significativas.

**Quanto maior a renda, mais ativos e mais tempo de atividade.**



\*Ativo → Prática ≥150 min/semana (recomendação OMS)

**Ativos**  
**Sedentários**

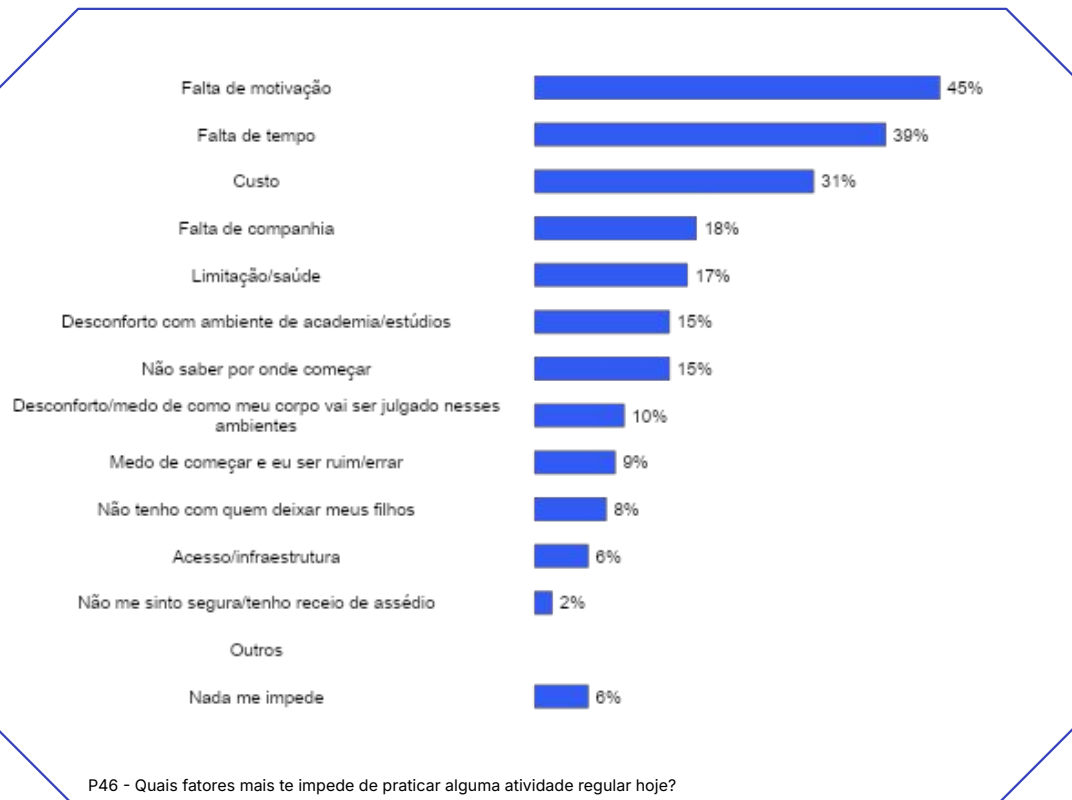
Existe uma diferença relevante por classe, que influencia acesso, tempo e condições para a prática.

(A Classe A pratica cerca de 1 dia a mais por semana que a média dos ativos.)

**Ainda assim, em volume, o grupo que predomina praticantes de esporte no Brasil é a classe C.**

**(40% do total de ativos)**

## Principais barreiras da atividades física



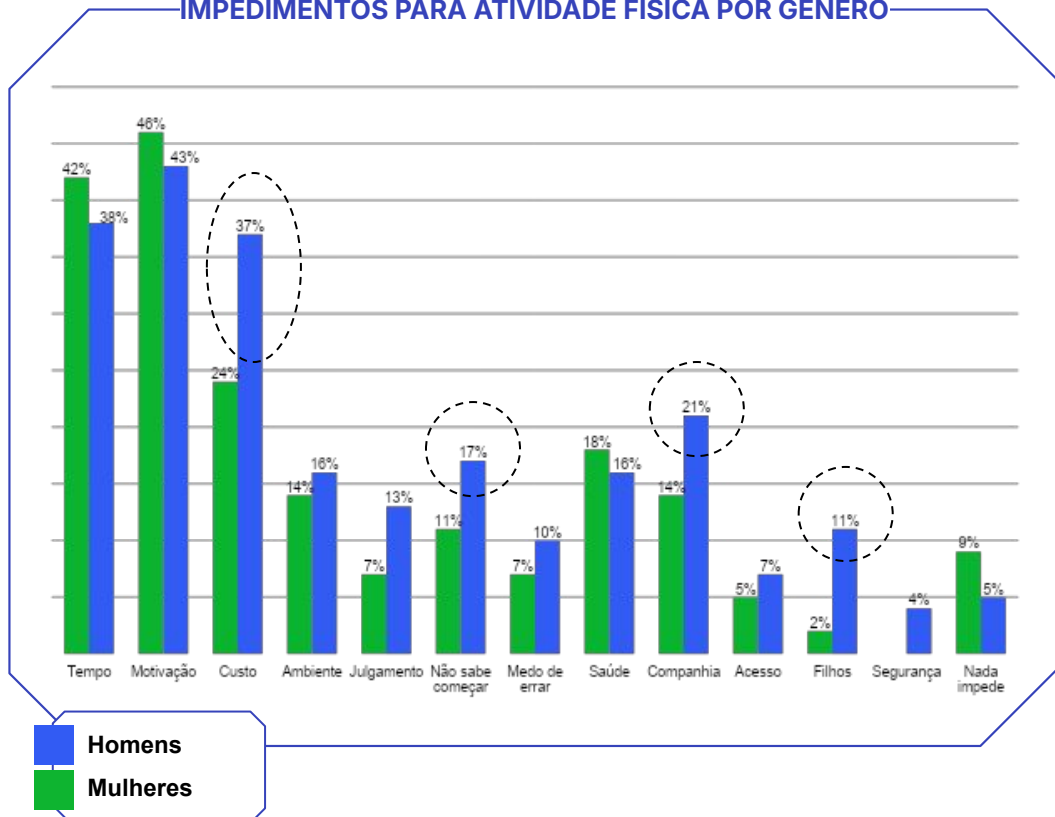
Os principais bloqueios à prática de atividade física hoje não estão apenas na rotina, mas na relação que as pessoas têm com o próprio movimento.

A falta de motivação aparece como principal barreira, citada por 45%, seguida pela falta de tempo (39%) e pelo custo (31%). À primeira vista, são obstáculos práticos. Mas, olhando mais de perto, eles revelam algo mais estrutural: **o exercício ainda não está integrado como prioridade na vida cotidiana deste grupo.**



Apesar de gênero  
não definir quem pratica,  
**é ele que revela**  
**as maiores diferenças**  
no que impede os que  
não se movem hoje.

## IMPEDIMENTOS PARA ATIVIDADE FÍSICA POR GÊNERO



## As barreiras têm pesos diferentes por gênero.

Homens e mulheres enfrentam obstáculos diferentes para manter uma rotina de atividade física. Enquanto os homens esbarram mais em fatores internos, como falta de motivação e gestão do tempo, as mulheres lidam com um conjunto mais amplo de barreiras externas, que incluem custo, insegurança, falta de companhia e responsabilidades com filhos.

Além disso,

# 16%

destas mulheres já vivenciou algum tipo de assédio ou discriminação praticando exercícios.\*

(Entre a geração Z a percepção do assédio é maior: 23%.)

# 9%

presenciaram outras mulheres sendo assediadas.

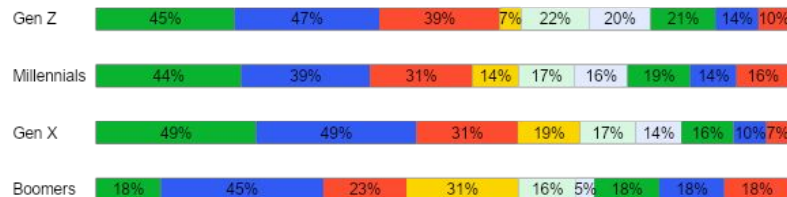
(Esse número não chega a 1% entre homens.)

# OUTRAS ABERTURAS DEMOGRÁFICAS | *barreiras da prática*

## TOTAL



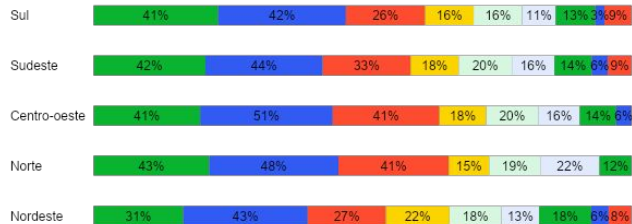
## GERAÇÃO



### GEN Z SENTE MAIS BARREIRAS DE ENTRADA

Gen Z é a geração com mais barreiras de entrada; Boomers trocam barreiras operacionais por saúde e resignação ("nada impede" sobe para 18%).

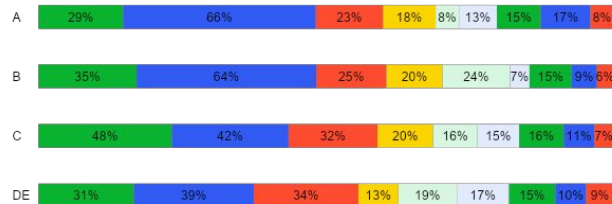
## REGIÃO



### CO SENTE GAP DE MOTIVAÇÃO

Centro-Oeste destoa em motivação (61%); Norte combina custo alto com saúde quase ausente; Nordeste é o que menos cita tempo.

## CLASSE



### NA CLASSE C O PROBLEMA É TEMPO

Nas classes A e B o problema é motivação, não acesso; na C, tempo domina.

# *Mas apesar das barreiras, a disposição para mudar existe.*

*Entre os sedentários hoje...*

**76%**

**JÁ FOI ATIVO EM  
ALGUM MOMENTO  
DA VIDA.**

**70%**

**TEM PLANOS  
PARA COMEÇAR  
A PRATICAR  
AINDA ESTE ANO.**

Apenas  
**7%**

**ACREDITAM QUE NADA  
OS FARIA PRATICAR  
ATIVIDADES FÍSICAS OU  
ESPORTIVAS.**

# Um zoom nos praticantes ativos

Para entender melhor como atuar nestas barreiras,



precisamos olhar para os **44% dos brasileiros** que conseguem ser ativos na prática de exercícios.

## MUDANÇA DE HÁBITO RECENTE

**57%**

Do grupo ativo hoje aumentou a frequência de práticas no último ano.

(entre mulheres 62%)  
(entre a classe A 66%)

## CERCA DA METADE AINDA QUER AUMENTAR A PRÁTICA

**52%**

Acham que poderia aumentar a frequência dos seus exercícios.

(58% entre a geração Z)

\*Se usarmos a distribuição mais comum de sessões de **60 minutos**

## MÉDIA DE PRÁTICAS POR PESSOA

**3,3**

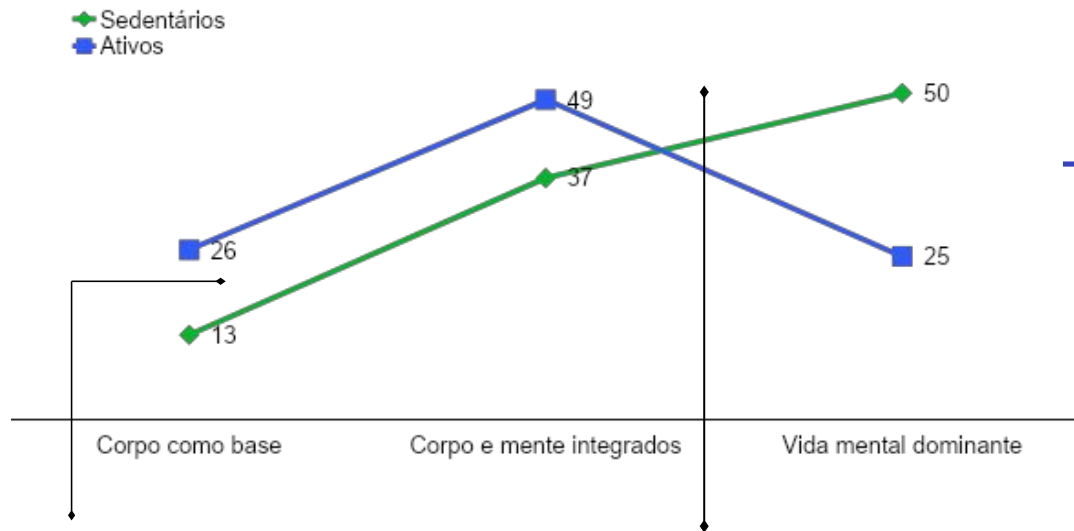
O grupo ativo pratica, em média, 3,3 esportes diferentes.

## QUEM ESTÁ SATISFEITO

O ativo satisfeito pratica em média **336 minutos por semana** (o dobro do mínimo recomendado pela OMS.)

Equivale a **5-6 treinos por semana.**

## FORMA DE CUIDADO: ATIVOS VS.SEDENTÁRIOS



# 25%

DO GRUPO ATIVO VÊ CORPO  
COMO BASE DO CUIDADO.

*"Acredito que o cuidado comigo começa pelo corpo. Quando cuido da alimentação, do movimento e da saúde, o resto fica melhor." .*

# 49%

DO GRUPO ATIVO VÊ CORPO E  
MENTE COMO INSEPARÁVEIS

*"Procuo prestar atenção aos sinais do meu corpo e sinto que isso se conecta com minhas necessidades"*

Há fatores comportamentais que são relevantes.

## Pessoas ativas revelam uma outra relação com o corpo.

### ENTRE OS SEDENTÁRIOS:

o corpo ainda aparece de maneira mais fragmentada, associado principalmente à dimensão física e funcional. O exercício tende a ser percebido como sacrifício diante de uma rotina que prevalece o mental.

### JÁ ENTRE OS ATIVOS:

observa-se uma mudança mais avançada. O exercício passa a ser entendido como prática de cuidado integral, conectando corpo, mente e rotina. Mais do que melhorar desempenho ou aparência, ele funciona como ponto de partida para organizar outras dimensões da vida.

# São pessoas que definem as prioridades da vida a partir do corpo.

**75%**

dos brasileiros ativos trocariam um programa de lazer badalado em uma sexta-feira por um treino no sábado.

**67%**

viveram alguma transformação radical na aparência por conta da rotina de práticas esportivas.

**70%**

recusariam um aumento salarial se isso impossibilitasse sua rotina de treinos.

**63%**

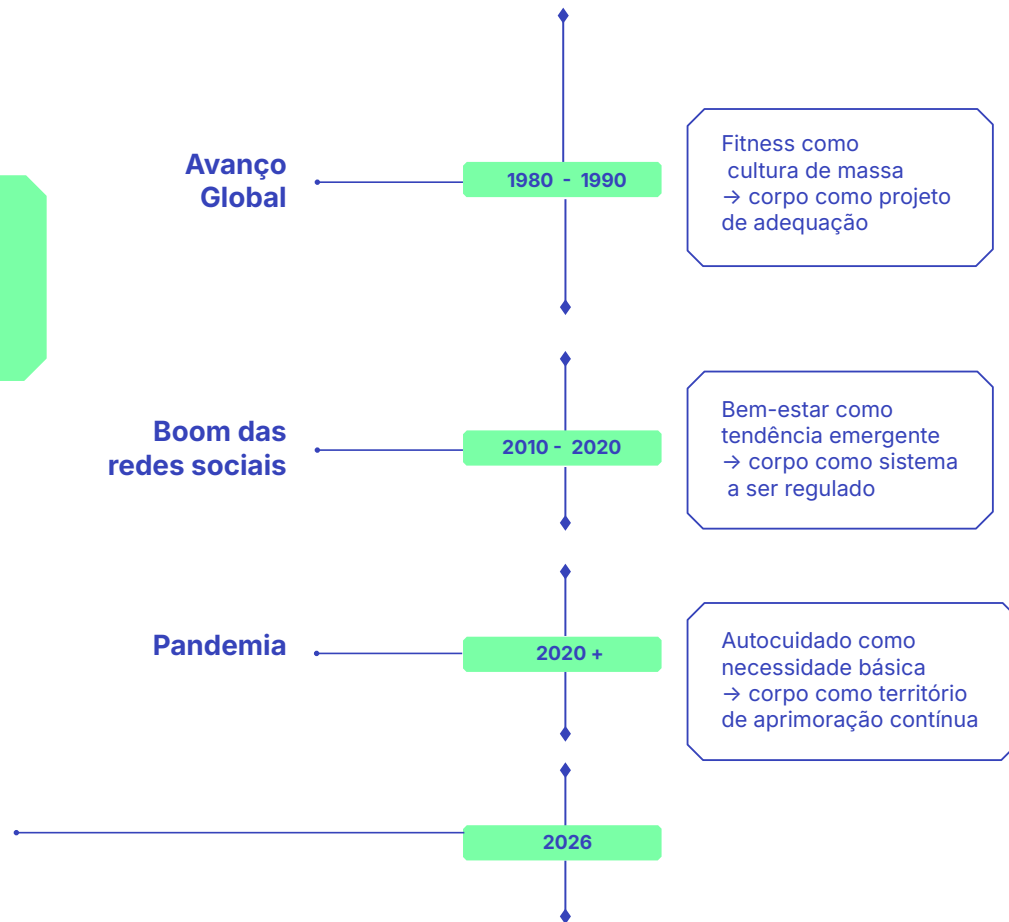
acreditam que pessoas que praticam esportes são mais bem-sucedidas.

## ***E também que transmitem o esporte como um valor para as próximas gerações:***



***Homens e mulheres se veem igualmente como exemplo para os filhos. Mas são as mães que mais transformam esse exemplo de ação.***

**Não foi sempre assim:**  
essa relação de priorização do corpo  
vem sendo moldada pela cultura



***Novas questões culturais  
se tornam influência***

1980 - 1990

## O corpo passa a ser compreendido como expressão de um sujeito flexível, que se adapta ao mundo.

A partir dos anos 1980, o fitness se consolida como cultura de massa, impulsionado pela popularização das academias, dos programas de treino e da mídia.

Ícones como Jane Fonda e a explosão dos vídeos de aeróbica ajudam a levar o exercício para dentro de casa, enquanto o bodybuilding e as revistas especializadas difundem um ideal de corpo baseado em definição, disciplina e controle.

Nos anos 1990, esse modelo se expande e se normaliza. O corpo passa a ser entendido como um projeto individual, moldável por esforço e consistência.

\*Argumentos ancorados em Emily Martin, *Flexible Bodies* (1994)



### Malhação (anos 90)

Novela ambientada em academias que traduz a chegada do fitness ao cotidiano, tornando o corpo ativo e treinado um ideal aspiracional para os jovens.

### Revistas fitness (anos 90)

Capas que consolidam o corpo como projeto individual, guiado por disciplina, controle e transformação visível.

O bem-estar ganha centralidade no debate público e passa a ser apresentado como resposta ao estresse e à aceleração da vida contemporânea.



Figuras públicas passam a operar como curadoras do bem-estar, transformando o wellness em narrativa aspiracional e referência de estilo de vida.

2010 - 2020

## *O bem-estar despontou como tendência que conectava corpo e mente.*

A partir dos anos 2010, o wellness se expande e reposiciona a relação com o corpo. Mais do que performance, ganha centralidade a ideia de equilíbrio, saúde mental e bem-estar contínuo. Práticas como yoga, meditação e rotinas de autocuidado se tornam mainstream, apoiadas por marcas, plataformas e influenciadores.

O corpo deixa de ser apenas um objeto de disciplina para se tornar um sistema a ser regulado: sono, alimentação, estresse, energia.

\*Argumentos dialogam com Eva Illouz (Cold Intimacies, 2007), e com Byung-Chul Han (Sociedade do Cansaço, 2010)

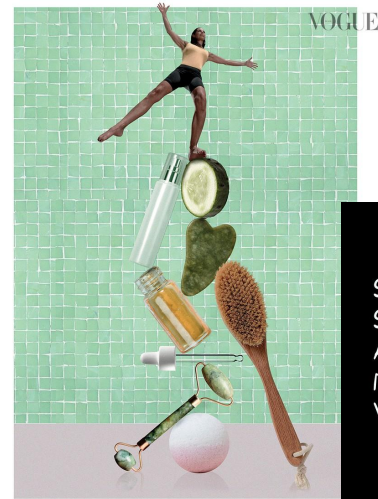
2020 +

## O bem-estar se torna indispensável e individualizado: tornado o autocuidado uma necessidade básica.

A partir de 2020, o wellness deixa de operar apenas como tendência e passa a responder a novas camadas de necessidade. A pandemia reposiciona a relação com o corpo, tornando visíveis temas como saúde mental, exaustão e vulnerabilidade. O bem-estar deixa de ser aspiracional e se consolida como condição para sustentar a vida cotidiana.

Nesse contexto, práticas antes periféricas se popularizam e se legitimam, ampliando o alcance do wellness para além de nichos.

\*Argumentos dialogam com Deborah Lupton (The Quantified Self, 2016)

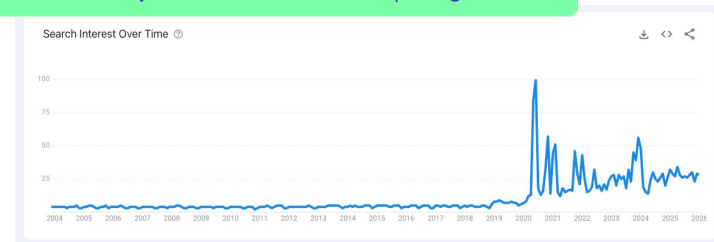


O bem-estar opera como eixo que integra múltiplas categorias, ampliando seu alcance para além de um único produto ou prática.

SEJA  
SEMPRE  
A SUA  
MELHOR  
VERSÃO.

FrasesparaPostar.com.br

### Disparo nas buscas por bem-estar no Brasil | Google trends



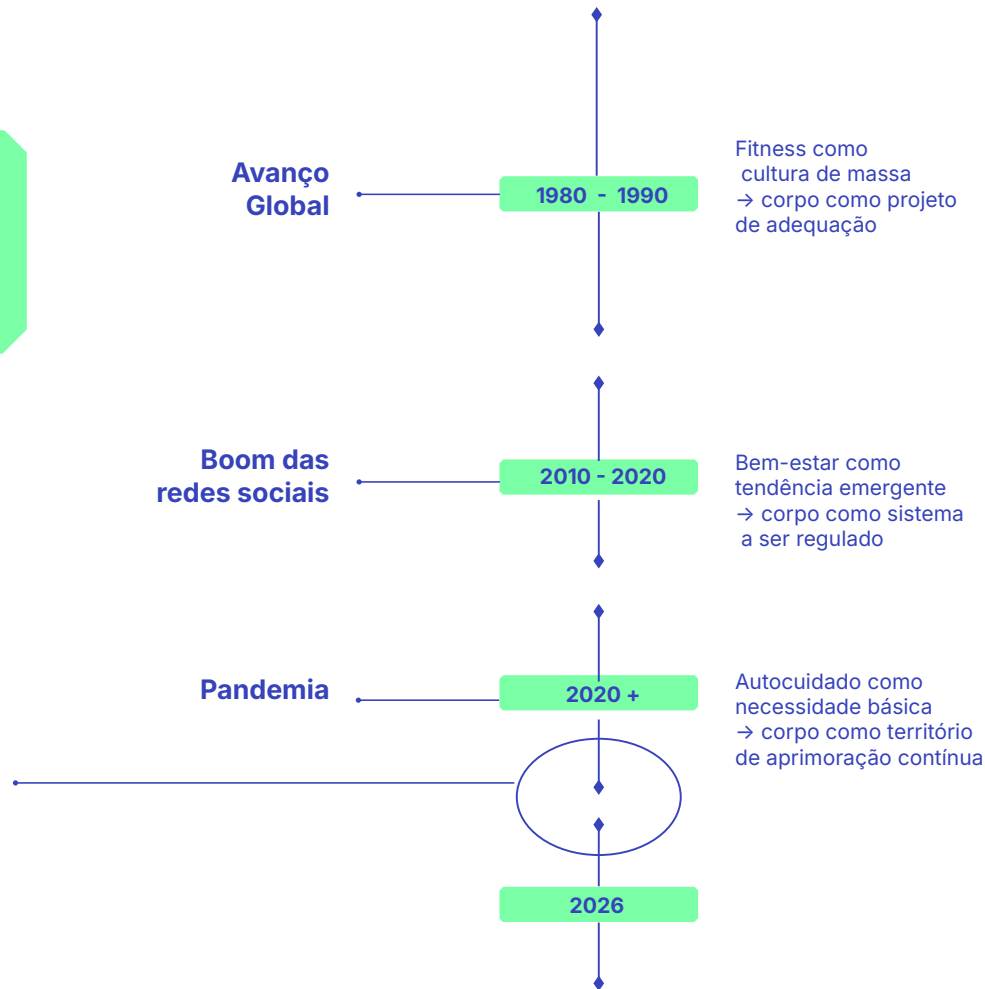
## Em 2026: Para onde caminha nossa relação com o corpo?

### +9 milhões de menções

sobre práticas esportivas foram registradas nas redes sociais brasileiras nos últimos 12 meses.

**Práticas esportivas ganham  
ainda mais relevância.**

\*Dado apurado a partir de 13 temas transversais mapeados via social listening. As 18 modalidades esportivas que contribuíram para a contabilização foram: Natação/Espportes aquáticos, Fitness/Musculação, Trilha, Corrida, Ciclismo urbano, Dança e ginástica, Yoga e Pilates, Lutas, Caminhada, Pesca, Futebol, Beach Tennis, Esportes de raquete, Basquete, Ciclismo de estrada, Mountain Bike, Trail running e Trekking. Volumes por tema e por modalidade apresentam sobreposição — o total não representa usuários únicos. | recorte temporal: março de 2025 a março de 2026



## Os espaços de atividade física passaram a vender não só estrutura mas também um estilo de vida.

O bem-estar virou valor central na vida das pessoas, e com ele, se exercitar ganhou novos significados.

A atividade física se expande para além do fitness e entra em territórios de identidade, pertencimento e estética.

Atualmente,

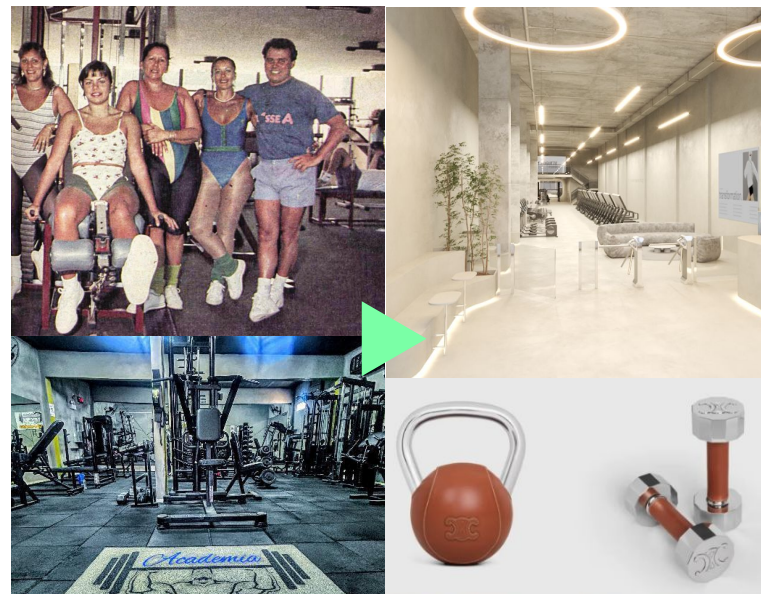
**94%**

**Das pessoas ativas discordam que academia seja um ambiente tóxico.**

**51%**

**Veem como um ambiente de otimização de treino .**

### Se exercitar ganha novas camadas, estéticas e discursos



# Para o brasileiro, esporte é compreendido mais pela dedicação do que pela competição.

A forma como o brasileiro define esporte reflete essa mudança. Quando perguntamos o que é esporte, nenhuma resposta domina. As definições se acumulam e coexistem. Dedicação e regularidade lideram em todos os recortes, o que muda são as camadas secundárias.

## O que é esporte para você?

	Total	Gênero		Geração				Classe			
		Homens	Mulheres	Gen Z 18-27	Millennials 28-45	Gen X 46-60	Boomers 61+	A	B	C	DE
Atividades que exigem dedicação e regularidade	50%	50%	50%	49%	52%	48%	50%	57%	56%	50%	42%
Atividades recreativas com movimento	41%	42%	39%	44%	40%	38%	41%	38%	43%	42%	37%
Atividades com técnica e regras	36%	40%	33%	37%	34%	36%	38%	43%	39%	37%	29%
Atividades com foco em desempenho	33%	34%	33%	44%	38%	28%	20%	41%	32%	35%	28%
Atividades competitivas	22%	26%	19%	23%	22%	21%	23%	31%	21%	22%	20%

Menor  Maior

### Classe:

quanto menos renda, menos ambição esportiva. Acesso molda não só a prática, mas o que se espera dela.

### Geração:

Gen Z associa desempenho e recreação ao mesmo tempo.

### Gênero:

homens enxergam mais recreação (mas também mais competição) no esporte

# Dedicação vale mais que competição



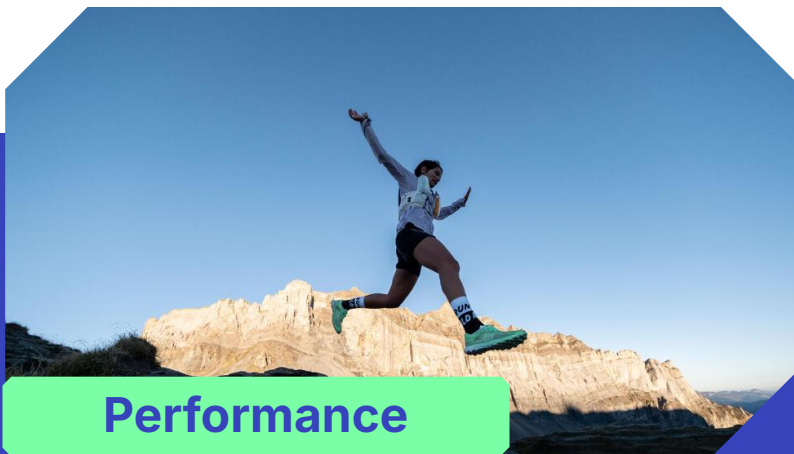
*"Quantas vezes você vai?"*

**VALE MAIS QUE**

*"Qual seu tempo na bike?"*

Essa visão múltipla e complexa do esporte revela

*uma a relação com o corpo  
se constrói entre dois polos.*



## Performance

O corpo como objeto de gestão:  
medido, otimizado e orientado a resultado.

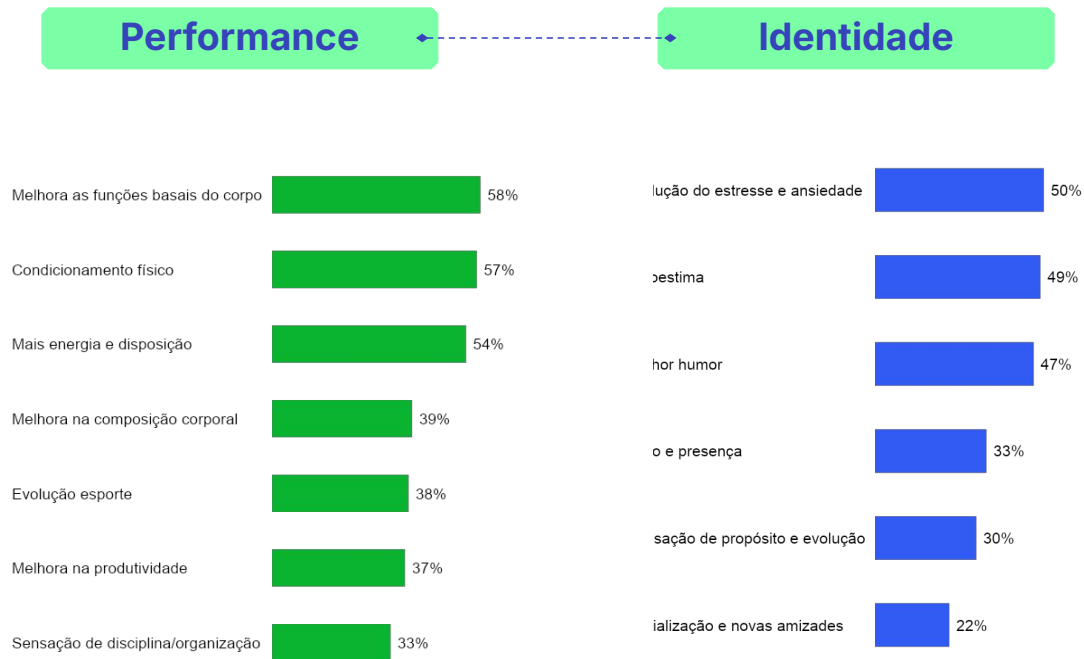


## Identidade

O corpo como expressão de quem se é:  
conectado a emoções, relações e sentido.

## Cada vez mais, se exercitar é algo que precisa dar conta dos dois polos.

Quando perguntamos às pessoas o que sentem que ganham ao praticar atividade física, os ganhos não se concentram em um único lugar. Saúde, condicionamento e evolução esportiva aparecem lado a lado com redução de estresse, autoestima, humor e senso de propósito. Performance e identidade não são escolhas excludentes — são dimensões que coexistem e se alimentam mutuamente na experiência de quem pratica.



\*Pergunta: "O que você sente que está ganhando ao praticar atividade física?"

*De um lado, somos movidos por performance. E o corpo vira objeto de gestão: partes, métricas, funções.*

## Performance

\*Água (51%), peso/IMC (31%), calorias (30%), sono (30%), passos (21%), ingestão de proteínas (19%), ciclo menstrual (17%) e distância/ritmo/pace (16%).

\*\*Estimativa construída a partir da soma dos subtemas de performance identificados em 17 modalidades mapeadas no social listening, acrescida do tema transversal "Performance e evolução" (1,3m de menções), com dedução de 30% para controle de sobreposição. Base total: 9,3 milhões de menções de março de 2025 a março de 2026

# 78%

dos praticantes atividades físicas monitoram de forma contínua e intencional ao menos um indicador\* relacionado ao corpo.

# 59%

têm marcos e métricas claras de evolução.

# 72%

gostariam de monitorar mais para melhorar a performance.

# 1 em cada 3

Conversas\*\* sobre esporte nas redes brasileiras têm performance como tema central ou de suporte — seja o registro de um pace no app, a série na piscina, a prova de 10k ou o PR no agachamento.

# Mas a busca por performance tem um efeito colateral:

A busca por bem-estar trouxe consigo um discurso poderoso: o da melhor versão de si.

Mas há uma armadilha aí. Quando aplicamos essa lógica a cada compartimento do corpo separadamente.

## Compartimentalização do corpo.

Quando o corpo vira objeto de gestão, ele se compartimenta e passamos a nos relacionar com nossas partes como se cada uma fosse uma unidade isolada, dissolvida do todo.

### Cada trend um compartimento



Basta olhar para as tendências que dominam a cultura do bem-estar hoje. O **sleepmaxxing** transforma o sono em projeto de engenharia. O gut health eleva o intestino a universo próprio de protocolos e suplementos. O biohacking cognitivo trata o cérebro como mais um sistema a otimizar. O cycle syncing divide o corpo feminino em quatro fases, cada uma com sua lógica de treino e alimentação.

**Em comum, todas seguem a mesma gramática: isolar uma função, criar um protocolo para ela e buscar sua versão ideal — independente do todo.**



**VOGUE**

## Como os braços definidos viraram símbolo de status – e mais um padrão de beleza

De Miley Cyrus às academias, a definição dos membros superiores viraram o novo símbolo de status

**O GLOBO**

MARCADOR DE SAÚDE

## A forças das pernas refletem na longevidade ativa



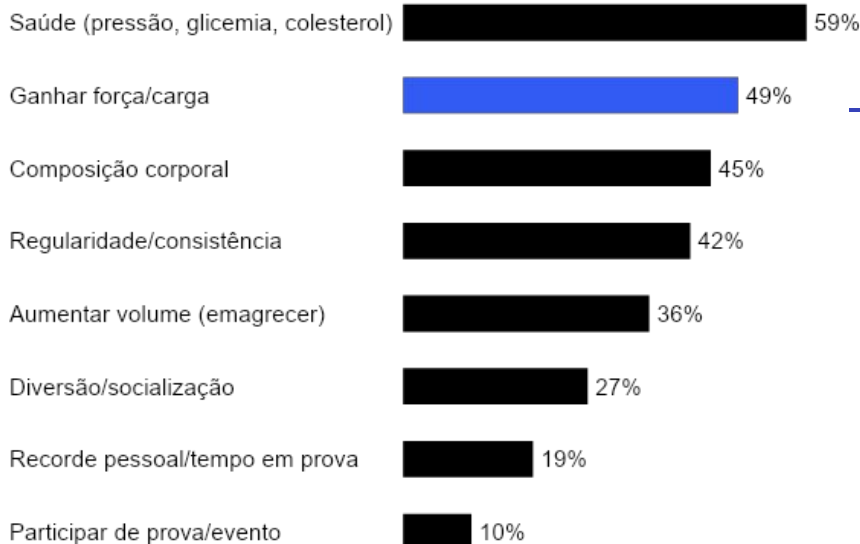
# Quando o corpo se fragmenta, o músculo se valoriza.

A compartimentalização do corpo encontra no músculo seu território mais visível. Braços definidos viraram símbolo de status. A força das pernas passou a ser marcador de longevidade. Os seios de bailarina substituíram as curvas exageradas como ideal estético.

Cada parte do corpo ganhou seu próprio discurso, seu próprio protocolo e seu próprio valor: estético, funcional e social. O músculo não é mais só resultado de treino, mas um capital social.

# A valorização do músculo revela um Brasil que quer ser mais forte.

Principais objetivos para os próximos 12 meses com práticas de atividade física. Resposta múltipla.



**Ganhar força e é o segundo maior objetivo declarado pelos praticantes.**

**Com 49% entre homens e 48% entre mulheres, a busca por músculo deixou de ser território masculino e virou aspiração transversal.**

Mas quando olhamos por classe social, um padrão se revela:

**quanto maior a renda,  
maior o desejo pelo  
corpo tonificado.**

**Alerta de tendência! Garotas ricas têm braços tonificados.**

A nova flexibilidade de luxo discreto não é uma bolsa ou um penteado extravagante — são os seus braços.

**As ricas não querem mais ser magras**



2020: Modelo de status.  
O look comp bicep Cross escuf com

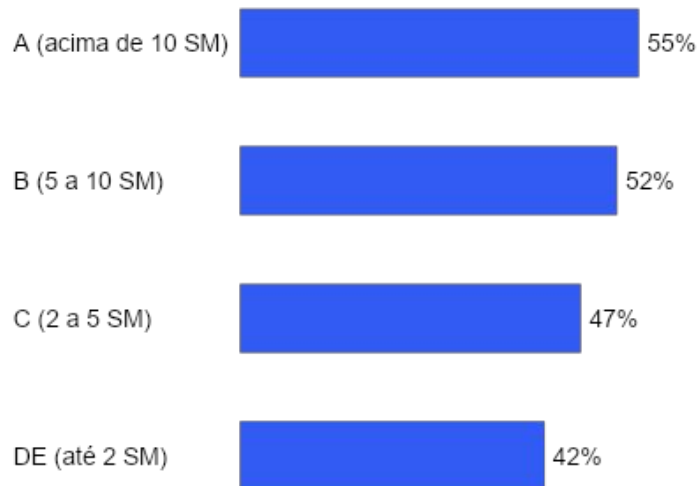


@stealthlook // por Beta Weber  
**O FENÔMENO PROTEIN CHIC**  
o bem-estar performático está em alta — e a indústria da moda se apropriou da estética.  
[arraste para ver mais](#)



Ganhar força:

**Entre a classe A a força assume primeiro lugar enquanto objetivo de treino.**



Da classe DE à classe A, o percentual sobe de

**42%**

para

**55%**

assumindo o primeiro lugar da lista de objetivos.

O músculo vem operando como distinção, um capital corporal que sinaliza disciplina, tempo disponível acesso a recursos.

**Ter um corpo forte e definido comunica mais do que saúde: **COMUNICA POSIÇÃO SOCIAL.****



**lele** 🐦 @fluttershydiet · Oct 8, 2025



Replying to @stelliiye

**ELA MAGRA DEFINIDA LINDA E PROVAVELMENTE RICA**



102



Mas o corpo não vive só de métricas.

## Se a performance fragmenta, a identidade íntegra.

Do outro lado, emerge uma busca pelo oposto.

O corpo vivido como um todo, cujos ganhos não aparecem no aplicativo, mas no humor, na presença e no que se sente ao sair do treino.

72%

concordam que "a atividade física que pratico é parte da minha identidade."

(Entre a classe A sobre para 78%)

IDENTIDADE

## Em 2026:

Por que exercício se tornou tão importante para a expressão de identidade?

Diante do excesso de estímulos, da atenção fragmentada e da desconfiança crescente entre as pessoas, o corpo emerge como resposta. É através dele que resgatamos o que as telas não entregam: **presença real, vínculo genuíno e senso de pertencimento.**

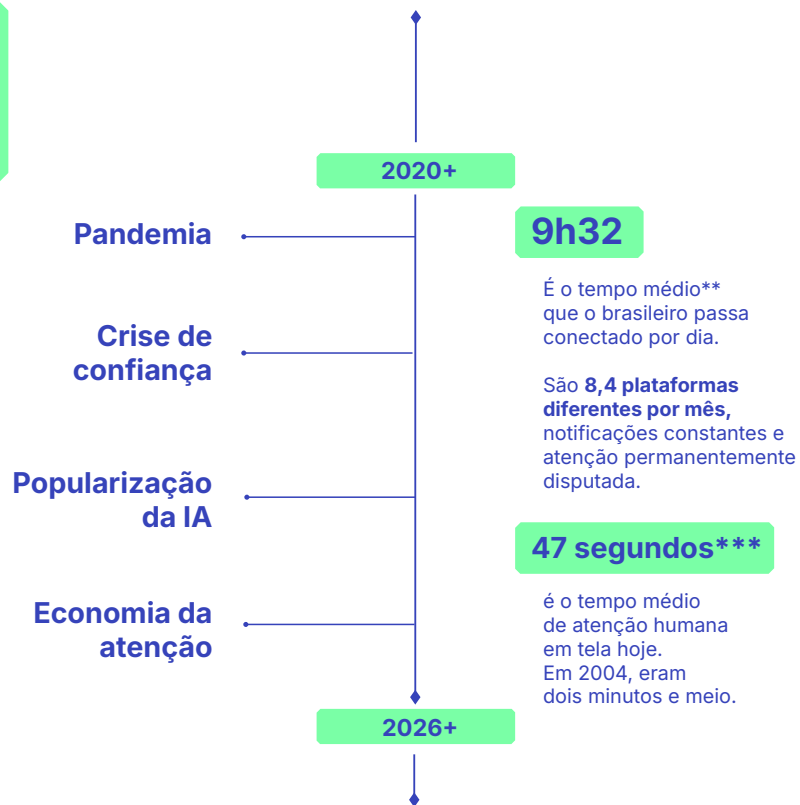
# 58%

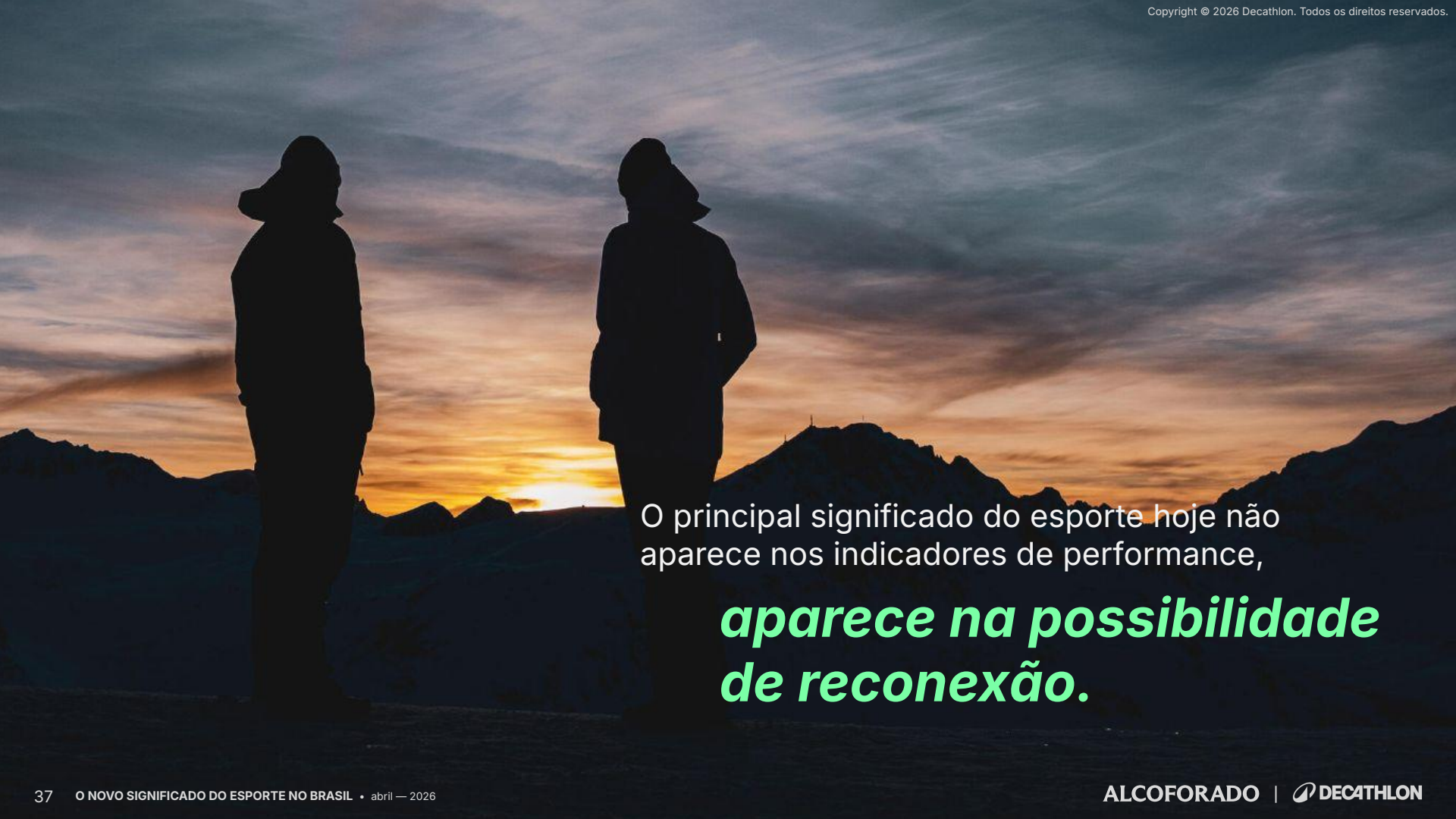
das pessoas **ativas se sentem sobrecarregados digitalmente** todos os dias.

# 7 em cada 10

dos cidadãos globais\* operam hoje com um mindset de insularidade de confiança, confiando menos em quem pensa, vive ou vota de forma diferente

Fonte: \*Edelman Trust Barometer 2026\*\*DataReportal, Digital 2024\*\*\*pesquisa da Universidade da Califórnia, publicada em 2023 no livro *Attention Span*.





O principal significado do esporte hoje não aparece nos indicadores de performance,

***aparece na possibilidade de reconexão.***

## Cada camada de conexão aprofunda o vínculo, e quanto mais fundo, mais identitário o esporte se torna.

Reconexão com  
o próprio corpo



84%

dos ativos sentem que a prática esportiva ajuda a desconectar e recuperar foco e presença.

Reconexão  
com o outro



75%

dizem que a atividade física ajuda a conhecer pessoas novas

Reconexão  
com grupos



66%

já se inseriram em ciclos de amizade novos por conta de uma atividade física — exercício como porta de entrada para pertencimento.

1 em cada 4

conversas sobre esporte nas redes brasileiras tem socialização ou pertencimento como tema central — o esporte como convite, como programa, como cultura de grupo.\*

Senso identitário  
máximo



50%

Se veem como parte de uma tribo do esporte

50%

dizem que a atividade física é estilo de vida — influencia gírias, jeito de vestir e lugares que frequentam

Gen Z: 56%  
Millennials: 63%

\*Estimativa construída a partir da soma dos subtemas de socialização/pertencimento identificados em 17 modalidades, acrescida do tema transversal "Socialização e comunidade" (726k menções), com dedução de 30% para controle de sobreposição. Período: março/2025 a março/2026. Base total: 9,3 milhões de menções.

**“Eu me transformo a partir do esporte que pratico.”**

**7 em cada 10**

Praticantes de esportes acham que praticar atividades físicas muda significativamente a maneira como são percebidos.

*Me tornei a mãe que faz Pilates*

Estética Bloom e Pilates



# O corpo em movimento virou resposta a tensões culturais mais amplas.

## Se destaca pela sua capacidade de gerir tempo

Manter uma rotina de movimento em um mundo onde todos estão sempre ocupados virou um dos sinais mais legíveis de capacidade de gestão.

## Resgata rituais coletivos

O esporte reintroduz na vida contemporânea algo que a urbanização e a digitalização foram corroendo: **o ritual.**

## Cria atalhos de comunicação via corpo

Nessa linguagem corporal, o equipamento é parte do vocabulário. Comunica a que tribo você pertence, em que estágio da jornada você está e o quanto você leva a sério o que pratica.

# O Tinder ficou até desnecessário.

# 82%

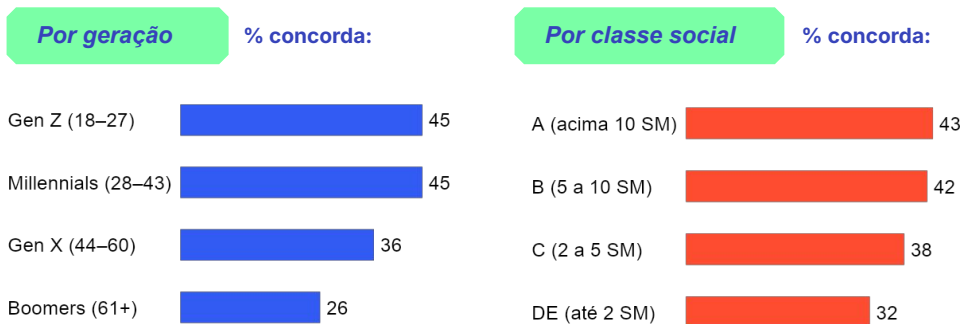
dos praticantes de exercícios preferem conhecer pessoas em clubes ou grupos de esporte a aplicativos de relacionamento.

É a prova mais direta de que o esporte virou o novo espaço de conexão humana real e concorre diretamente com as ferramentas digitais de socialização.

Os mais novos e os mais ricos passam a usar rotina de exercícios como filtro da busca por parceiros.

\*Não há diferenças significativas entre gêneros

**"Só me relaciono afetivamente com pessoas que cultivam uma rotina de atividades como a minha"**





No fim das contas,  
o que aprendemos  
com os brasileiros  
ativos?

# O brasileiro se move quando encontra os **dois polos**.



Ele treina para render	<i>Mas também para sentir.</i>
Monitora o corpo	<i>Mas busca presença.</i>
Busca resultado	<i>Mas quer pertencer.</i>
Um corpo que é ferramenta	<i>Mas também é código.</i>

## O brasileiro não quer mais um esporte. Quer uma vida esportiva plural.

**Esse movimento não se dá a partir de um único esporte ou tendência.**

Entre os mais jovens, a experimentação não é indecisão, uma busca intencional. Gen Z e Millennials buscam novos esportes e práticas com muito mais frequência do que as gerações anteriores.

Escolhe-se o que faz sentido agora, e esse movimento contínuo de descoberta é, ele mesmo, uma forma de identidade.

# 57%

usam esportes diferentes para desconectar

# 53%

gostam de testar esportes e práticas novas

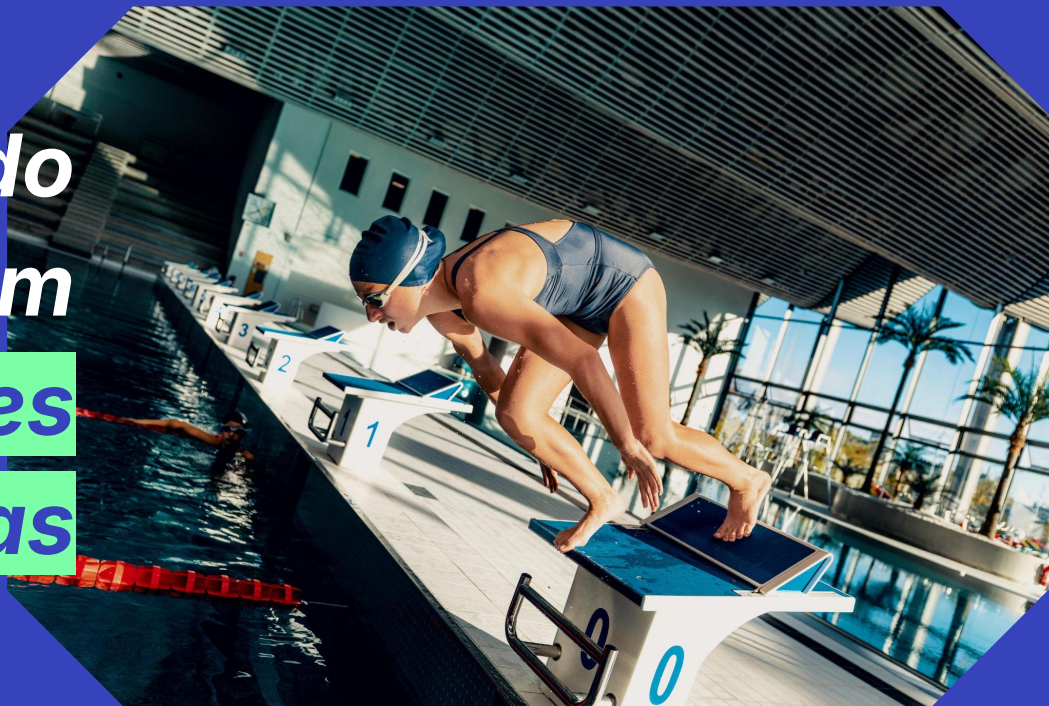
**Gen Z: 61%**

**Gen X: 51%**

**Millennials: 61%**

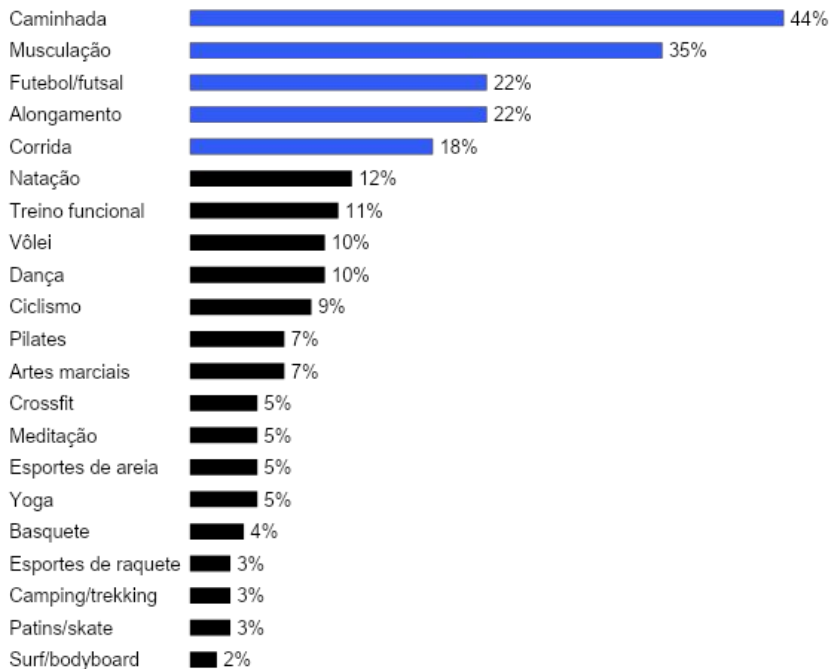
**Boomers: 33%**

# A jornada do brasileiro com as modalidades esportivas



Entender como o brasileiro se move exige olhar para além dos hábitos — exige mapear desejos, barreiras e o que cada prática significa para quem a escolhe. porque não existe um único esporte do brasileiro. existem muitos, cada um respondendo a uma necessidade diferente de corpo, identidade e pertencimento

## As atividades de iniciação à vida ativa: (praticantes ativos e ex-praticantes)



\*Pergunta "Quais atividades você praticava quando começou a fazer exercícios?"

# A porta de entrada é funcional e acessível.

Os esportes de entrada do brasileiro são predominantemente **acessíveis e de baixa barreira**: caminhada, musculação, futebol, alongamento, corrida.

Não exigem equipamento específico, infraestrutura cara ou aprendizado técnico longo.

A photograph of two children fishing on a rocky shore. The child in the foreground is wearing a purple shirt, green shorts, and a black cap, holding a fishing rod. The child in the background is wearing a light blue shirt, orange shorts, and a yellow hat. They are standing on mossy rocks in shallow water. The background shows a coastline with trees and buildings under a clear blue sky.

# Mas é preciso olhar para infância

ATIVIDADE	TOTAL	HOMENS	MULHERES
<b>MAIS PRATICADAS (TOP)</b>			
Caminhada	44%	40%	47%
Musculação	34%	32%	37%
Futebol/futsal	22%	39%	5%
Alongamento	22%	21%	23%
Corrida	17%	20%	15%
Dança	9%	3%	16%
Natação / esportes aquáticos	12%	14%	9%
Vôlei	9%	9%	10%
Pilates	7%	2%	11%
Artes marciais / lutas	6%	8%	5%
Treinamento funcional	10%	8%	13%
<b>MENOR EXPRESSÃO</b>			
Ciclismo	9%	12%	6%
Yoga	5%	2%	7%
Esportes de areia	5%	6%	3%
Crossfit	4%	3%	6%
Basquete	4%	6%	2%
Meditação	6%	4%	6%
Camping/trekking	6%	8%	5%
Esportes de raquete	3%	3%	3%
Surf/bodyboard	1%	2%	1%
Patins/skate	3%	2%	3%

## Diferenças de gênero se iniciam na infância | primeiras práticas

### O futebol como divisor:

É o único esporte que entra no top 2 masculino e quase desaparece entre mulheres (39% vs 5%). Não é só modalidade, é socialização primária. Meninos aprendem a se mover em grupo desde cedo; meninas não têm um equivalente com esse peso cultural.

### Mulheres chegam pelo corpo, não pelo jogo:

Dança, pilates, yoga, treinamento funcional são as entradas femininas que diferem dos homens. São práticas individuais, orientadas ao corpo como objeto de cuidado — não ao jogo, à competição ou ao grupo.

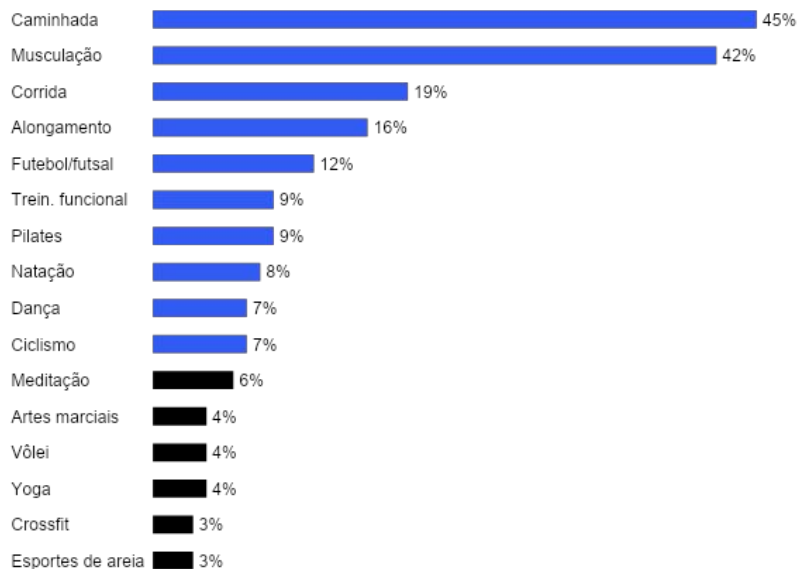
 **Acima da média**

 **Abaixo da média**

\*Pergunta "Quais atividades você praticava quando começou a fazer exercícios?"

## 3 atividades que mais pratica atualmente % médio total

(homens e mulheres)



Base: pratica atividade física ao menos 1 a 2x por semana. Resposta múltipla—até 3 atividades

## Da entrada à rotina: o que o brasileiro decide (e consegue) manter

Quando olhamos para os esportes que fazem parte do núcleo da rotina atual, dois nomes dominam com folga: **caminhada e musculação**. São esportes de entrada que se consolidam como escolha central.

### Queda no futebol

O futebol, que abre a jornada de muitos homens, perde espaço na vida adulta. Os esportes coletivos e recreativos ficam na periferia da rotina.

**O que fica no centro é individual, mensurável e atende desejos primários por performance.**

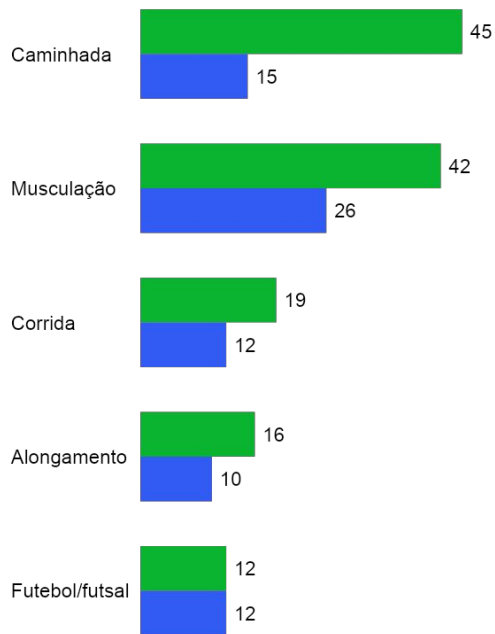
Expectativa x realidade

O que o brasileiro  
pratica nem sempre  
é o que mais deseja.



## Rotina supera o desejo

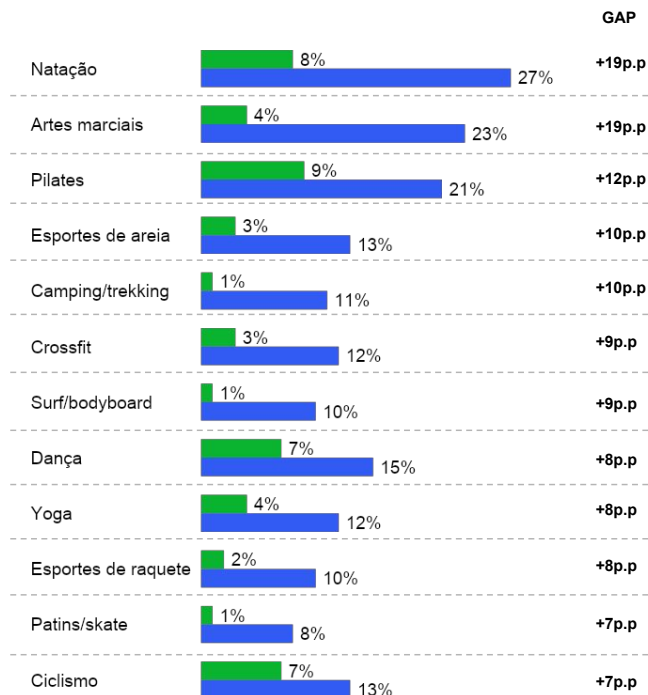
### Esportes consolidados



■ Rotina atual ■ Gostaria de praticar

## Desejo supera a rotina

### Ordenado pelo maior gap entre desejo e prática atual



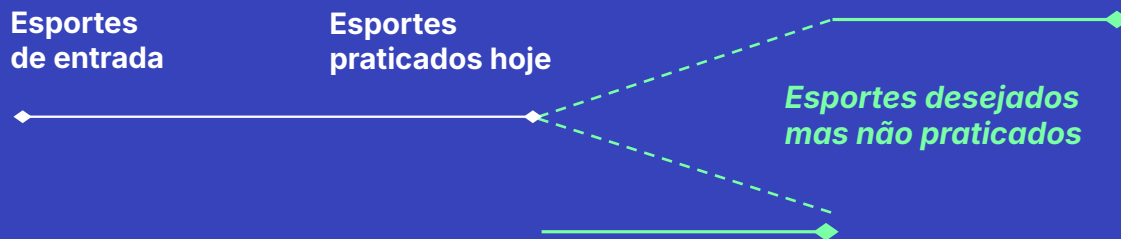
Diferenças entre gênero: Alguns se destacam entre mulheres: Pilates: 13% H vs 29% M — diferença de 16pp Dança: 7% H vs 23% M — diferença de 16pp Yoga: 8% H vs 16% M.—

**Existe um segundo cardápio de esportes que o brasileiro quer praticar mas ainda não pratica.**

O que os separa da rotina não é falta de interesse, mas impedimentos concretos: **acesso, custo, tempo ou infraestrutura.**

São esportes que esperam uma abertura na agenda, no orçamento ou na geografia.

# A jornada esportiva do brasileiro ainda tem muita possibilidade de expansão.



Entre os primeiros esportes e os de hoje, a lógica é a do viável. O brasileiro inclui o que tem acesso, não necessariamente o que deseja.

*Por trás da rotina de hoje há um repertório inteiro de práticas que ele quer experimentar e ainda não conseguiu.*

**Temos potencial de expansão de práticas esportivas**

*O potencial se torna mais claro quando entendemos que...*

# Nem todo esporte atua no mesmo território.

A partir do cruzamento entre prática, desejo, identidade e conversação nas redes, os esportes se organizam em três vocações distintas, cada uma com um papel diferente na vida de quem pratica e um potencial diferente de expansão.



Performance



Comunidades



Identidade

# Performance

## CONSOLIDADOS

**Caminhada**

**Musculação**

**Alongamento**

**Trein.**

**funcional**

Performance

ALTA

Prática

ALTA

Identidade

BAIXA | MODERADA

Desejo

ALTO ENTRE OS NÃO  
PRATICANTES

Alta adesão entre quem já se move e primeira escolha de quem ainda quer começar. São a porta de entrada da vida ativa: **baixa barreira, alto retorno percebido**

**20%**

**Musculação**

**18%**

**Caminhada**

lideram com folga **entre sedentários** como **primeira escolha para começar**.

Representam

**26%**  
de toda a conversa  
esportiva brasileira  
nas redes

Cerca de

**2,4 milhões**  
de menções entre  
março de 2025 e  
março de 2026.

Mais do que práticas físicas, são **rituais narrativos**: o brasileiro não só treina — ele registra, compartilha e performa o treino nas redes.

**O check-in virou parte do exercício.**

# Comunidades

## Potências do Esporte

Corrida

Ciclismo

Crossfit

Yoga

**Conectam performance e identidade no mesmo esporte**

Performance

ALTA | MODERADA

Prática

BAIXA | MODERADA

Identidade

ALTA

Desejo

MODERADO

**Volume pequeno, densidade alta.**

Não é a frequência que define esses esportes — é a intensidade do vínculo com a prática e com quem pratica junto. **Corrida e Ciclismo lideram o índice de identificação como tribo — CrossFit e Yoga constroem comunidades** fechadas com linguagem, rituais e valores próprios.

**São os esportes com maior capital simbólico por praticante** —

quem está dentro não só treina: se apresenta, pertence e se reconhece.

A tribo precede a performance.

**1 em cada 4 ativos** participa de um clube de corrida.

**15%**  
de toda a conversa esportiva brasileira nas redes

Cerca de **1,37 milhões** de menções entre março de 2025 e março de 2026.

## ENGAJAMENTO

**48K** **~50K**  
Corrida Crossfit

estão entre os maiores engajamentos médios de todo o dataset - **acima de 3x a média geral.**

**São as práticas que mais geram reação nas redes, não só registro.**

# Identidade

## ESPORTES DESEJO

Natação

Performance

ALTA | MODERADA

Pilates

Prática

BAIXA

Artes marciais

Identidade

MODERADA

Esportes de areia

Desejo

ALTO

Camping/trekking

São esportes desejados pelo brasileiro de forma ampla — entre quem já pratica outros esportes e entre quem ainda não se move. O desejo vai além da entrega funcional: cada um carrega um ativo de identidade que o brasileiro almeja — leveza, disciplina, aventura, conexão com a natureza.

Natação e Artes marciais lideram o gap entre desejo e prática com

**+19p.p.**

A barreira não é motivação — é acesso, custo e infraestrutura. São esportes que esperam uma abertura na agenda, no orçamento ou na geografia. O potencial de conversão é alto dos dois lados: entre quem quer começar e entre quem já se move e quer expandir sua prática.

Pilates aparece como 3ª escolha entre sedentários que querem começar.

Esportes-desejo representam

**~16%**

da conversa esportiva nas redes

Cerca de  
**1,5 milhão**  
de menções

Mas o dado mais relevante não é o volume: **é o gap.**

Enquanto 27% dos brasileiros gostariam de nadar e 23% de praticar artes marciais, **poucos efetivamente o fazem e quem não pratica não narra.**

# Wrap Up

## | O que o estudo revela

### O cenário

As barreiras da prática esportiva são reais, concretas e desiguais e mudam conforme quem você é.

#### Mas há desejo de mudança:

Apenas,

**7%**

dos sedentários acreditam que nada o faria se mover:

**70%**

dos sedentários planejam começar a praticar ainda este ano.

### A cultura

Se exercitar deixou de ser sobre o que o corpo faz e passou a ser sobre o que ele diz.

Entre quem já se move, a prática aprofunda. À medida que se exercitam, os brasileiros se reconectam com o corpo, com os sentidos e com as pessoas, o que permite uma transformação da identidade.

#### As demandas do corpo passam a estruturar a vida.

**57%**

dos ativos aumentaram a frequência de treino no último ano — entre mulheres, 62%.

**70%**

dos ativos trocariam um programa de lazer badalado numa sexta por um treino no sábado.

### O esporte

Caminhada e musculação dominam a entrada e a rotina.

#### Mas há um Brasil que quer experimentar e diversificar.

Há um cardápio inteiro de desejos represados — natação, pilates, artes marciais — bloqueado não por falta de interesse, mas por acesso, custo e infraestrutura.

**57%**

usam esportes diferentes para desconectar.

**53%**

gostam de testar esportes e práticas novas — entre Gen Z e Millennials, esse índice sobe para 61%.

# A jornada esportiva do brasileiro ainda tem muita possibilidade de expansão.



## Comunidades

### Performance

### Identidade

#### PARA OS ESPORTES CONSOLIDADOS

**Caminhada**

**Musculação**

**Alongamento**

**Trein. funcional**

**O desafio é duplo:** manter quem já pratica em evolução e converter quem ainda está na inércia. 52% dos ativos sentem que poderiam fazer mais. Entre sedentários, esses são os esportes mais desejados para começar.

**O QUE MUDA O JOGO:** gatilhos de início mais simples, progressão visível e baixo custo de entrada

#### PARA AS POTÊNCIAS DO ESPORTE

**Corrida**

**Ciclismo**

**Crossfit**

**Yoga**

**O desafio é a porta de entrada.** Essas tribos parecem fechadas para quem está fora — o equipamento sinaliza nível, o grupo já tem seus rituais, a linguagem é própria.

**O QUE MUDA O JOGO:** iniciação facilitada, rituais mais abertos e equipamento que não exclua pelo preço.

#### PARA OS ESPORTES-DESEJO

**Natação**

**Pilates**

**Artes marciais**

**Esportes de areia**

**Camping/trekking**

**O desafio é acesso em sentido amplo.** O interesse existe dos dois lados — entre quem pratica e quer expandir e entre quem ainda não começou.

**O QUE MUDA O JOGO:** democratização da oferta, redução do custo de equipamento e mais pontos de acesso à prática.

# Alguns recortes que revelam um pouco do Brasil a partir do esporte

## GÊNERO

*"As brasileiras aumentaram os treinos — e ainda precisam se sentir seguras para isso"*

**62%**

das mulheres ativas aumentaram a frequência de treino no último ano acima da média geral de 57%.

Mas

**16%**

já sofreram algum tipo de assédio ou discriminação praticando exercícios.

## GERAÇÃO

*"Quanto mais jovem, mais ambicioso: para a geração Z, esporte é desempenho, identidade e critério para escolher com quem se relacionar"*

**44%**

dos jovens entre 18 e 27 anos têm foco em desempenho — o maior índice entre todas as gerações.

**61%**

gostam de testar esportes novos.

**45%**

só se relacionam afetivamente com pessoas que cultivam uma rotina ativa similar.

## CLASSE SOCIAL

*"Quanto maior a renda, maior a prática — e maior a ambição pelo corpo forte. O músculo virou |o novo símbolo de status do brasileiro"*

**66%**

aumentaram a frequência de treino no último ano

Ter um corpo forte e definido comunica mais do que saúde:  
**comunica posição**

**55%**

têm ganhar força como principal objetivo

Contra

**42%**

na classe DE.

1 Baixo      2 Moderado      3 Alto

Esporte	Performance	Identidade	Prática	Desejo
Caminhada	3	1	3	1
Musculação	3	2	3	1
Corrida	3	3	3	1
Alongamento	3	1	3	1
Futebol/futsal	1	1	2	1
Trein. funcional	3	2	2	1
Pilates	3	1	2	3
Natação	3	2	2	3
Dança	1	1	2	2
Ciclismo	2	3	2	2
Meditação	1	1	2	1
Artes marciais	2	1	1	3
Vôlei	1	1	1	1
Yoga	1	2	1	2
CrossFit	1	2	1	2
Esportes de areia	2	2	1	3
Esportes raquete	1	1	1	2
Camping/trekking	3	2	1	3
Surf/bodyboard	2	1	1	2
Patins/skate	1	1	1	2

#### NOTA METODOLÓGICA

A classificação dos esportes foi construída a partir de uma matriz de scoring multidimensional, estruturada em quatro dimensões analíticas independentes, cada uma pontuada em escala ordinal de 1 a 3 (1 = baixo, 2 = moderado, 3 = alto). As dimensões foram operacionalizadas a partir de indicadores primários extraídos de pesquisa quantitativa de comportamento de consumo esportivo e dados secundários de monitoramento de redes sociais, conforme descrito abaixo.

#### Performance

Operacionalizada a partir do principal motivo declarado para a prática da modalidade (pergunta de resposta única, base total da amostra). Esportes cujo motivo dominante é "cuidar da saúde física / prevenir doenças" receberam score 3; motivos intermediários — hábito desde a infância ou talento/habilidade — score 2; motivos orientados a bem-estar subjetivo ou recreação (saúde mental, prazer) score 1. Exceção aplicada ao surf/bodyboard, reclassificado para score 2 por apresentar componente técnico relevante mesmo com motivo declarado de saúde mental.

#### Nível de prática

Baseado no percentual de praticantes regulares da modalidade na amostra total (pergunta de múltipla escolha, "3 atividades que mais pratica atualmente"). Faixas de classificação: 15% ou mais de incidência (score 3), entre 6% e 14% (score 2) e até 5% (score 1).

#### Identidade

Construída a partir de dois indicadores combinados com pesos diferenciados: (i) volume ajustado de conversação orgânica em redes sociais (peso 40%), segmentado em três faixas — acima de 300 mil menções (score 3), entre 50 mil e 300 mil (score 2) e abaixo de 50 mil (score 1); e (ii) percentual de autoidentificação com tribo esportiva (peso 60%), segmentado em: 10% ou mais (score 3), entre 3% e 9% (score 2) e abaixo de 3% ou sem tribo identificada (score 1). O score final foi calculado pela média ponderada dos dois indicadores, arredondada para o inteiro mais próximo dentro da escala 1–3.


#### Desejo

Calculado a partir do gap em pontos percentuais entre o percentual de respondentes que gostariam de praticar a modalidade e o percentual que a pratica atualmente. Gap negativo ou nulo — onde a prática supera ou iguala o desejo — recebeu score 1; gap entre 1pp e 9pp, score 2; gap de 10pp ou mais, score

ABRIL • 2026

# *Obrigado!*

ALCOFORADO,

 **DECATHLON** 50 ANOS | 25 ANOS BRASIL