Il successo del calcio virtuale: Come Twitch può cambiare il pubblico

Twitch è una piattaforma di #Amazon che consiste nello streaming di utenti che giocano ai videogames.
Una particolarità di questo sito sta nella fruizione: per evitare di avere pubblicità e per poter avere in chat delle emoticon personalizzate – oltre che per sostenere il proprio streamer preferito – **esistono tre tipi di abbonamento: da 5, 10 o 25 euro al mese.** E si possono anche fare **libere donazioni al canale.**

Il ragazzo nella foto si chiama **Cristiano Spadaccini**, in arte #Zano, ed è lo streamer di **FIFA** numero **uno in Italia** e **quarto al mondo** per numero di follower: una delle sue ultime trasmissioni sul suo canale ha toccato i **25mila spettatori live** ed ha superato la quota dei 4mila abbonati.
Numeri non banali: lo spostamento di denaro per questo genere di riscontro equivale a più di **20mila euro al mese fra abbonamenti, donazioni e ricavi dalle pubblicità** *(attenzione: ciò che rimane allo streamer difficilmente sorpassa il 50%)*. Cosa possiamo dedurne? Zano propone FIFA – ergo calcio virtuale – nella maggior parte delle sue live. È il contenuto tramite cui raggiunge più utenti. **Un ragionamento su come la fruizione del calcio sia in evoluzione è giusto farla:** per quanto moltissimi spettatori lo seguano per il suo intrattenimento, c'è una buona parte che lo guarda proprio perché gioca a FIFA. Tradotto: ci sono **migliaia di persone in Italia che ogni giorno guardano calcio virtuale**, anche pagando soldi veri per usufruirne al meglio. Il confine tra e-sport e contenuto divertente è sottile: su #YouTubeil pubblico è stato abituato ad highlights o frammenti delle partite, su #Twitch le persone restano ore a guardare decine di incontri integrali di #FIFA.

Su come il calcio (reale o non) viene seguito c'è un oggettivo cambiamento: **il nuovo pubblico** non guarda la #TV, **sta su internet.** E non si tratta di "pirateria": molti sono disposti a pagare per usufruire al meglio di un servizio. Ciò che fa la differenza è soprattutto la partecipazione: gli utenti del nuovo millennio vogliono avere voce in capitolo, commentare, essere attivi mentre osservano.

Come cambierà il modo di guardare il calcio in Italia? Gli e-sports sostituiranno mai lo sport vero e proprio?

Seguici sul nostro profilo Instagram