

NON SOLO FANTACALCIO

Da FantaSanremo a FantaCitorio: così il fantasy game mette ordine nel circo mediatico

Home > Cultura E Società Digitali



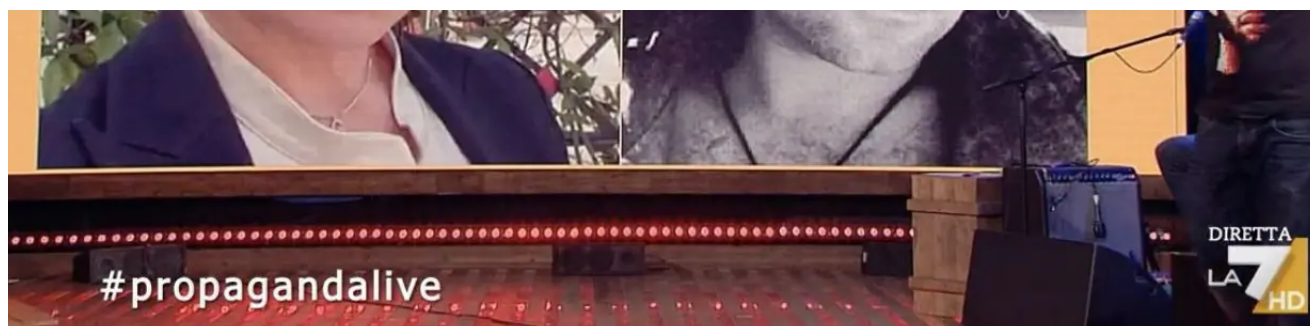
In attesa trepidante del FantaEurovision, l'attenzione è stata tutta per il FantaSanremo prima e per il FantaCitorio in queste settimane. Ma come spiegare questo improvviso allargamento dei fantasy game oltre il tradizionale fortino calcistico? E che impatto hanno sugli eventi di cui dovrebbero essere contorno?

Pubblicato il 12 Apr 2022

Sabino Di Chio

Docente di Media e Consumi Culturali, Università degli Studi di Bari





Sanremo quest'anno per molti è stato un gioco. Il **FantaSanremo** ha riscritto dal basso la trama dello show più seguito d'Italia su input di un pubblico connesso che, con la forza dei numeri, ha fatto irruzione sul palco dell'Ariston nei panni di co-autore. 50 squadre iscritte nel 2020, 500mila nel 2022, una pagina autoprodotta che lascia il posto ad un sito patinato e ricco di sponsor.

Una settimana dopo, **Propaganda Live** (La7) lancia l'ironico **FantaCitorio** che riprende la formula e la applica alla politica, non quella delle istituzioni ma quella del circo mediatico in dichiarazione perpetua. E già si staglia all'orizzonte il FantaEurovision, annunciato agli inizi di marzo. Come spiegare questo improvviso allargamento dei *fantasy game* oltre il tradizionale fortino calcistico? E che impatto hanno sugli eventi di cui dovrebbero essere contorno?



Sanremo, il Festival dei record grazie al digitale:

ecco le prove

8 Febbraio 2022

di Enzo Mazza

Indice degli argomenti ▲

Cosa significa nel 2022 seguire il Festival di Sanremo?

Se il fantasy game mette ordine nella mischia della politica

Un'audience non più passiva trova nel fantasy game la possibilità di emergere

Dove risiede la forza del coinvolgimento

Il FantaCitorio: un gioco per dare senso alle condotte ondivaghe

Bibliografia

Cosa significa nel 2022 seguire il Festival di Sanremo?

Un tentativo di risposta parte dalla valutazione dell'impatto che il digitale ha avuto su oggetti mediali tradizionali come la politica o il festival della canzone. Luoghi televisivi per eccellenza, sembravano destinati al declino insieme al medium di riferimento a causa della frammentazione del pubblico agevolata dai social media. Invece resistono ma cambiando forma: **l'Evento si sbriciola in migliaia di schegge digitali che circondano il rito collettivo e lentamente lo contaminano**. Cosa significa nel 2022 seguire il Festival? Dov'è realmente lo spettacolo? Non più solo quello già esorbitante sul palco: intorno c'è un sistema ibrido fatto di quotidiani e fanzine con pagelle, **dirette Instagram** dei cantanti, fabbriche di meme come *Trash Italiano* o *Sapore di Male*, la radiocronaca su Twitch della **Gialappa's Band**, la copertura YouTube di *content creator* come i **The Jackal**, gli ultimi due collettivi già protagonisti agli albori della mediatizzazione estesa di irruzioni nella liturgia, anni prima di Papalina e zia . .

Mara.

Il Festival dura cinque densi giorni ma il ragionamento non cambia con la copertura mediatica della politica: intorno ai palchi istituzionali prolifera il flusso delle **dichiarazioni estemporanee**, la politica dei meme basata sulla riappropriazione dei temi da parte degli utenti grazie al remix con contenuti pop (Mazzoleni, Bracciale 2018), la **lifestyle politics**, ovvero la politicizzazione delle scelte di vita quotidiana, come i consumi, il trasporto, la vita familiare (de Moor 2017) adottata massicciamente anche dai politici di professione e debitamente documentata sui social. Una mischia che si irradia dall'agenda e la ramifica nelle direzioni più disparate, allontanando spesso il focus dalle decisioni d'interesse generale prese in giornata.

Se il fantasy game mette ordine nella mischia della politica

Il fantasy game arriva allora a mettere ordine: reintegra la frammentazione in un filo conduttore semplice e condiviso; organizza tutti i contenuti in una griglia di calcolo e **assegna loro un peso** tramite punteggio affidandosi ad un linguaggio semplice e familiare come la quantificazione, tratto distintivo dei tempi digitali come ci insegna ogni giorno il "datismo" (Harari 2017), la religione dei numeri che sacralizza indici di borsa, di contagio, di ascolto, sondaggi elettorali, crediti universitari, quote di scommesse e contapassi.

Se a fronte della dispersione delle audience e della personalizzazione delle diete mediali, permane una scintilla di curiosità per l'evento, e i casi presi in esame rientrano in questo novero, esso fa da polo per una **richiesta di coinvolgimento** che trova nella gamification una soluzione ottimale. Il gioco offre meccanismi, dinamiche ed estetiche che legano interesse e coinvolgimento in un loop di rinforzo (Viola, Cassone 2018): l'interesse trova un'occasione, l'occasione consente l'azione, l'azione offre un feedback che se positivo riattiva l'interesse

consente l'azione, l'azione come un feedback che, se positivo, rafforza l'interesse.

Un'audience non più passiva trova nel *fantasy game* la possibilità di emergere

Nel caso dei *fantasy game* l'azione si poggia su una simulazione nello stile dei giochi di ruolo: chiede al giocatore di fingersi coach e schierare calciatori o cantanti o politici in una formazione che compete in leghe costruite sulla cerchia di contatti vicina o intermedia, quella che maggiormente esercita "influenza sociale", pressione per la modifica di gusti, percezioni o giudizi. **La motivazione incontra l'interesse**, dunque, perché un'audience non più passiva trova nel *fantasy game* la possibilità di emergere nella folla mettendo in mostra qualcosa della propria personalità: la competenza, l'ironia, l'intuito o la furbizia in un contesto di connessione significativa in cui il giudizio degli altri è prezioso per la compresenza della comunità affettiva e comunità partecipativa dei fan.

Come spiega Eric Zimmerman nel "**Manifesto for a Ludic Century**" (2014), "quando le informazioni vengono messe in gioco, le esperienze di gioco sostituiscono i media lineari. Media e cultura sono sempre più sistemici, modulari, personalizzabili e partecipativi. I giochi incarnano tutte queste caratteristiche in un senso molto diretto. Sempre più spesso, i modi in cui le persone trascorrono il loro tempo libero e consumano arte, design e intrattenimento saranno giochi, o esperienze molto simili ai giochi". L'aumento di complessità chiede un sistema dinamico di elaborazione e i giochi (soprattutto i videogame, palestre di interazione per molti) si prestano in quanto macchine di input e output abitate, manipolate ed esplorate da una moltitudine.

Dove risiede la forza del coinvolgimento

La prospettiva critica, però, consiglia di leggere la gamification anche nel suo

dark side meno attraente di **guida disciplinare** che orienta il soggetto tardo moderno verso azioni irriflesse, sottoposte a misurazione, sorveglianza e commercializzazione dei comportamenti (Bogost 2016; Finn 2018; Zuboff 2019). La forza del coinvolgimento risiede nella capacità del gioco di imporre la sua logica autoreferenziale, una volta stabilite le regole, sottraendola al contesto. Il FantaSanremo lo ha dimostrato: un regolamento scritto per gioco con un elenco infinito di casistiche surreali si è prontamente trasformato in **imperativo per i cantanti in gara**, pungolati ad obbedirvi (dire una certa parola, salutare l'orchestra, eseguire determinate azioni) da agguerrite fanbase che hanno sventolato la loro nuova centralità sovrapponendo la logica della competizione ludica a quella del Festival, contaminandone il risultato finale. **Vincere per vincere**, anche togliendo ogni brivido all'imprevisto e ogni sincerità agli omaggi all'orchestra.

Il FantaCitorio: un gioco per dare senso alle condotte ondivaghe

Questo ribaltamento della logica dominante è proprio lo spunto satirico da cui parte l'idea del FantaCitorio di Propaganda Live, annunciato con un monologo di **Valerio Aprea** nei panni di un elettore appassionato di politica che, dopo anni di smarrimento, scopre le regole di questo gioco clandestino, ricavandone un'epifania: "Finalmente mi si stava chiarendo un mondo di corbellerie [nell'originale, il termine è più colorito] a cui avevo assistito esterrefatto per anni! Ormai vedevo chiaramente la luce, tutto era chiaro e spiegato. Ogni caso aveva senso. Da quel giorno non mi perdo niente, leggo i titoli di tutti i giornali online, non manco nemmeno un minuto di Maratona Mentana"^[1]. In anni di sovraesposizione dei leader e costante inseguimento del consenso con tutti i mezzi, ci vuole un gioco per dare un senso a posteriori a condotte ondivaghe e

comportamenti sopra le righe.

E d'altra parte la capacità del fantasy game di imporsi e trasfigurare l'evento di cui dovrebbe essere contorno è aspetto ben noto ai fantacalciatori più longevi in circolazione e, in fondo, il motivo per cui il fantacalcio (sei milioni di giocatori in Italia^[2]) non è mai troppo amato dai tifosi più viscerali. Paralizzati alla sola idea di poter ricavare un utile o qualcosa che assomigli ad una gioia da un gol subito dalla squadra del cuore.

Bibliografia

Bogost, I., 2016, *Play anything: the pleasure of limits, the uses of boredom, and the secret of games*, New York, Basic Books

de Moor, J., 2017, "Lifestyle politics and the concept of political participation", *Acta Politica*, 52, 179–197

Finn, E., 2017, *Che cosa vogliono gli algoritmi*, Torino, Einaudi

Harari, Y. N., 2017, *Homo Deus. Breve storia del futuro*, Milano, Bompiani

Mazzoleni, G. e R. Bracciale, 2019, *La Politica pop online*, Bologna, Il Mulino

Viola, F. e V. I. Cassone, 2018, *L'arte del coinvolgimento*, Milano, Hoepli

E. Zimmerman, 2014, "Manifesto for a Ludic Century" in S. Waltz, S. Deterding (a cura di) *The Gameful World, Approaches, Issues, Applications*, The MIT Press, Cambridge, MA, pp. 19-22

S. Zuboff, 2019, *The Age of Surveillance Capitalism*, New York, Public Affairs ■

1. <https://www.youtube.com/watch?v=GVwKihq4Hc0> ↑

2. <https://www.calcioefinanza.it/2017/09/27/valore-mercato-italiano->

fantacalcio/ ↑

Valuta la qualità di questo articolo

Leggi anche:

- [Soft skills, il futuro del lavoro: quali sono le più richieste dalle aziende](#)
- [Neuro-symbolic AI: logica e reti per un'AI più consapevole](#)
- [La nuova vita di Kinect: dietro la rinascita del dispositivo Microsoft](#)

WHITEPAPER

Usa i dati di migliaia di aziende per conoscere i KPI digitali del tuo settore con il report interattivo di Contentsquare

27 Feb 2025



Scaricalo gratis!

DOWNLOAD

WHITE PAPER

AI agentica e marketing: come cambiano strategia, targeting e CX

23 Lug 2025

Scaricalo gratis!

DOWNLOAD

Seguici 



[About](#) [Autori](#) [Tags](#) [Rss Feed](#)

[Privacy e Cookie Policy](#)

[Terms&Conditions](#) [Contenuti Specialistici](#)

[Cookie Center](#)

NextWORK₃₆₀

Nextwork360 è il più grande network in Italia di testate e portali B2B dedicati ai temi della Trasformazione Digitale e dell'Innovazione Imprenditoriale. Ha la missione di diffondere la cultura digitale e imprenditoriale nelle imprese e pubbliche amministrazioni italiane.

Testata scientifica ISSN 2421-4167

Indirizzo

Via Moretto da Brescia, 22

Milano - Italia

CAP 20133

Contatti

[Contatta il nostro team Sales](#)