

eSport, quando il gaming è donna

L'eFemminile è alla quarta stagione consecutiva, aperta a tutte le realtà dalla Serie A alla Promozione, passando per il futsal. Mantovani: «Stanno crescendo gli appassionati e le possibilità di business»

Quarta stagione e-sportiva consecutiva per l'eFemminile, la competizione di calcio virtuale in rosa promossa dalla FIGC-Lega Nazionale Dilettanti, aperta a tutte le realtà del calcio femminile nazionale, dalla Serie A alla Promozione, passando anche per il futsal. Un autentico fiore all'occhiello nel ventaglio delle attività rivolte ai gamer e alle sempre più numerose società che hanno compreso come gli eSports, siano ormai un nuovo asset per veicolare brand, aggregare, includere ed ampliare la propria fan base. «Gli appassionati di e-sports in Italia stanno crescendo moltissimo e con loro le opportunità di business - conferma il presidente della Divisione Calcio Femminile della FIGC Ludovica Mantovani - Siamo praticamente alla 10ª giornata e il Cagliari non sembra intenzionato a farsi scucire il tricolore dal petto. Molto bene anche il Trastevere, la Futsal Prandone, il Barletta, insomma la strada si preannuncia lunga e avvincente. Auguro a tutte le partecipanti tanto divertimento e i miei sinceri complimenti agli organizzatori». L'eFemminile, fin dal suo esordio, ha perseguito l'obiettivo di ampliare le opportunità di visibilità per le società, con l'aggiunta di un desiderio: colmare il gap rappresentato dalla scarsa presenza delle donne negli eSports. A questo proposito ci si è posti il quesito su cosa poter fare per sostenerne una crescita nel settore. Ferma restando la naturale e virtuosa presenza femminile in alcune squadre - dunque miste - presenti nella eSerieD, nell'eCup e nella eSerieE, non si è voluto rinunciare a una competizione interamente dedicata alle appassionate della disciplina. Gli eSports sono ancora principalmente ad appannag-



gio degli uomini e non solo nell'insieme dei giocatori, ma anche in ambiti quali il management. La mission si è quindi definita sui modelli da fornire, agendo negli ambiti della socializzazione di genere e dei ruoli stereotipati che vengono trasmessi. In relazione al modello è emerso che il migliore era quello rappresentato dalle calciatrici e l'ambito più stimolante, per le gamer che amano il calcio, quello di poter rappresentare le Società del calcio femminile italiano. Questo alla base del progetto della commissione LND eSport presieduta dall'Ing. Santino Lo Presti, supportato dal Dipartimento Calcio Femminile della Lega Nazionale Dilettanti. Rendere le donne più visibili tramite modelli da seguire, anche negli eSports.

Un'opportunità in più quindi che, in questa stagione, ha visto salire il numero delle partecipanti a 14 squadre. Una competizione esclusivamente per donne atta anche a fornire uno spazio dove le protagoniste sono libere di muoversi senza automaticamente paragonarsi al sesso opposto e, sia consapevolmente sia inconsciamente, assoggettarsi a determinati stereotipi di genere. Va comunque ribadito che non c'è prova di alcuna differenza tra uomini e donne nel comportamento o nella performance.

Diversamente dagli altri sport convenzionali, non ci sono limiti fisiologici e differenze basate sul genere, come ben evidenziato dal segretario del Dipartimento Calcio Femminile della LND Patrizia Cottini: «Baudelaire ha scritto che il talento si vive, il genio bisogna guidarlo. Un'affermazione valida anche nello sport, calcio compreso. Una giovane persona che voglia arrivare a dimostrare al mondo intero il suo talento, quindi la sua capacità di creare emozioni col pallone, attualmente, pur-

troppo, ha ancora poche possibilità. In una situazione quale quella del recente passato che ha costretto lo sport a ridisegnare - temporaneamente - i propri spazi, lo sbocco eSport è risultato non solo gradito dai giovani, ma direi si è reso necessario. Donna o uomo che sia a praticarlo, il calcio è uno solo, e le opportunità devono essere davvero alla pari. E nulla unisce di più, nulla azzerà le differenze quanto un joystick. L'eFemminile offre alle nostre atlete la concreta possibilità di essere, come si dice 'part of it', parte importante di un sistema la cui attenzione da parte di pubblico e media è adesso sempre più forte. L'appeal mediatico è la forza su cui basare ogni progettualità, perché da essa nascono le potenzialità. Il calcio è necessario vederlo, viverlo, sentirselo intorno, e il mezzo visivo è da sempre media privilegiato per gli appassionati, in qualunque declinazione, e oggi la tecnologia offre infinite possibilità. La corrente stagione - aggiunge Cottini - con ben 14 squadre a darsi battaglia, sta dimostrando che il percorso intrapreso è quello giusto. Non fermarsi, non limitarsi, non percorrere lo stesso, magari storico, solco, ma tracciarne di nuovi, è la sfida che oggi le calciatrici, le società ed i tifosi si aspettano, che i giovani vogliono. Proprio da questo momento storico così inedito e difficile, di rinascita direi, possono venire le possibilità di riconcepire il sistema calcio come un mondo fatto di varie realtà, delle quali quella elettronica è il futuro che stiamo già vivendo, l'e-sport è la chiave che apre le porte di tutte le capanne del 'Villaggio Globale' e permette di raggiungere, a costo praticamente zero, il risultato di offrire sano divertimento e momenti tecnici appassionanti. La trasmissione e la fruizione di questo calcio 'altro' è fruibile da un'infinità di dispositivi, è smart, giovane, connesso e compatibile con i social. È aggregazione, perché se è vero che in ogni angolo d'Italia c'è un campanile, e sotto di esso un campo di calcio, oggi



Ludovica Mantovani, presidente della Divisione Calcio Femminile della FIGC. A destra: Stella Frasca, consigliere federale. A sinistra: Patrizia Cottini, segretario del Dipartimento Femminile della Lnd



è altrettanto vero che sul campanile c'è un'antenna per il wi-fi, e la LND ed il Dipartimento Calcio Femminile - conclude - hanno compreso che il cambiamento è alle porte, il futuro è già nelle nostre tasche, nelle nostre case».

Combattere i cliché, gli stereotipi anche come missione educativa. I videogiochi sono diventati parte integrante delle vite di bambini, giovani e adulti e sono uno dei canali d'intrattenimento più importanti.

«L'altro giorno - dichiara il consigliere federale Stella Frasca - stavo guardando una serie tv quando un personaggio domanda a un altro: "giochi?" Risposta: "da quando ho i pollici. Questo scambio di battute mi ha fatto sorridere ma anche riflettere. Ho pensato a quanto sia cambiato il mondo negli ultimi 20 anni compreso l'universo gaming. Ho pensato che bastano davvero due pollici per superare tutte le barriere fisiche e le differenze di genere. Due pollici per poter realizzare su un campo virtuale azioni e vittorie che, a livello emotivo, non hanno nulla di meno di quelle realizzate sul campo tradizionale. E allora in bocca al lupo a tutte le ragazze che anche quest'anno hanno deciso di mettersi in gioco in questo splendido campionato, godetevi ogni minuto e divertitevi sfruttando al massimo i vostri pollici!!!».



LEGA NAZIONALE DILETTANTI

Sponsor Tecnico: **macron**

Pallone Ufficiale: **PUMA**

Sponsor Tecnico: **OTZ DISTRIBUTION**

Sponsor Tecnico: **GENERALI**

Sponsor Tecnico: **AON**

Sponsor Tecnico: **QUID**

Sponsor Tecnico: **CABEL**

Sponsor Tecnico: **Corriere dello Sport**

Sponsor Tecnico: **TUTTO/SPORT**

Siamo noi il Cuore del Calcio

www.lnd.it

f t y o

