

Servizio di

**Simone Cantoni**

Irritazione, rassegnazione in credula, ilarità sprezzante, semplice indifferenza. La scelta del Montecatini calcio femminile, formazione di serie C, di assumere come sponsor principale per la prossima stagione la nota pornstar Jessica Rizzo ha provocato reazioni diverse e contrastanti. Era del resto prevedibile. L'annuncio, per il mondo del football in gonnella, è stato una vera e propria bomba. L'abbinamento fra una società sportiva e la pubblicità di un prodotto quanto meno particolare come i video hard-core non poteva non suscitare discussioni sull'opportunità di un accordo che mette in contatto due sfere tradizionalmente distanti, lo sport e la pornografia. E comunque la decisione è presa: il Montecatini esibirà sulla divise la card di Jessica Rizzo e Co., la tessera cioè che abilita alla

FA DISCUTERE LA DECISIONE DEL MONTECATINI DI ABBINARSI A JESSICA RIZZO

## Il calcio femminile ha fatto autogol

Negativi i pareri delle nerazzurre e del presidente Berretta. L'«apertura» di Baldelli

ricezione decodificata via satellite delle pellicole hard e che consente l'accesso al club erotico per scambi di coppie e altre attività... del ramo. La notizia ha raggiunto ovviamente anche lo spogliatoio del Pisa Fotoamatore, dove abbiamo raccolto i commenti di giocatrici e dirigenti. La più contrariata sembra essere **Aldegonda Pitanti**. Il tono del portiere è quasi offeso dal contatto fra l'ambiente sportivo del quale fa parte e un prodotto che giudica osce- no. «E' una trovata ridicola — afferma — e assolutamente controproducente per questa disciplina. Il movimento deve crescere, affermarsi, ma in modo serio. Deve trovare credibilità e invece accettare una sponsorizzazione del genere di 15 anni, significa avallare ciò che molti pensano del calcio femminile e cioè che si tratti di una realtà pittoresca, dilettantistica, dove il riguardo al proprio decoro non è fra



**Luciano Berretta**

le voci prioritarie di una dirigenza. Le società hanno bisogno di farsi conoscere, va bene, ma che razza di pubblicità è farsi sbattere sul giornale per sciocchezze come questa?».

Sulla stessa lunghezza d'onda ma con toni meno accesi, il capitano **Patrizia Sberti**. «E' onestamente difficile — dice con una smorfia di perplessità — dare un giudizio che ne implichi uno più generale su cosa sia lecito o meno. Se sulle maglie non compaio-



**Mariù Baldelli**

no immagini o frasi volgari, la cosa può essere catalogata come semplice curiosità. Certo, come veicolo promozionale non è il più qualificante. L'impressione è che la società abbia guardato ai soldi e basta, e questo non fa bene alla credibilità del calcio femminile: d'altra parte, se al suo interno si verificano certi comportamenti, significa che quella credibilità è rivendicata ma non del tutto meritata».

Decisamente più morbida un'altra tra le più esperte del-

la squadra nerazzurre, il centrocampista **Mary Baldelli**: «Sinceramente di Jessica Rizzo ho sentito parlare solo in questi giorni, per lo scalpore che ha fatto la notizia della sponsorizzazione. Se non si sconfigge nell'osce, non credo ci sia da scandalizzarsi: la credibilità del movimento dipende da altre cose e allo stesso modo lo scetticismo che lo circonda. Oltretutto è una pay per view... E poi dovremmo aprire un po' la nostra mentalità: nel nord Europa ci sono strade intitolate a divi del cinema erotico».

Per chiudere il cerchio, l'opinione del presidente **Luciano Berretta**, al quale abbiamo chiesto se, nei panni del presidente del Montecatini, avrebbe fatto lo stesso. «Non di certo — risponde con decisione — perché non credo alla teoria per cui bene o male non importa, l'importante è essere al centro dell'attenzione. Una società deve darsi invece un'immagine rispettabile e aver cura della propria dignità».