

ELEZIONI: INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

In qualsiasi ambito - aziendale, sociale, sportivo, politico - esistono situazioni e tematiche che spesso si preferisce tenere sopite perché non sono gradevoli da affrontare o perché non suscitano grande interesse. Ma al momento del rinnovo di alcune cariche o, specie in politica, in occasione di elezioni esse emergono e sono strattionate da una parte e dall'altra nella convinzione di riscuotere consenso o toglierne all'avversario.

Uno di questi temi, che nel mondo di oggi ha assunto una importanza fondamentale, è la comunicazione: a seconda dell'obiettivo che ci si pone occorre decidere come, quando, a chi indirizzare l'informazione; e spesso una corretta decisione può essere fondamentale per ottenere un vantaggio o, viceversa, uno svantaggio.

Il nostro piccolo mondo del bridge non è immune da questa problematica anche se, in linea di massima, si preferisce ignorarla.

La stampa nazionale non si occupa di bridge – tranne rari casi eclatanti di risonanza mondiale – perché è uno sport di nicchia che interessa un numero molto limitato di appassionati e, di conseguenza, non suscita alcun appeal da parte dell'opinione pubblica.

Le riviste, cartacea e digitale, editate dalla stessa Federazione riportano cronaca dei principali avvenimenti – soprattutto nazionale - e rubriche tecniche, oltre a qualche dichiarazione unilaterale degli amministratori e, naturalmente, ha una posizione "governativa".

All'inizio di questa gestione era stato avviato nel sito istituzionale un apposito canale – La FIGB risponde - per dare risposte alla base che poneva domande di interesse generale o avanzava proposte; ha avuto vita breve ed è stato soppresso.

In breve la comunicazione è pressochè inesistente e quel poco che si può reperire, ad esempio la pubblicazione delle delibere assunte dal Consiglio, è chiaramente unidirezionale senza possibilità di replica.

A questa totale assenza sopperisce, ma solo parzialmente, qualche sito web che riporta notizie e opinioni sulla gestione del bridge nel nostro Paese: forse questi siti non hanno la visibilità e la diffusione che sarebbero auspicabili ma, al momento, sembra non esserci nulla di meglio.

Un ruolo molto importante in questo senso potrebbero, o meglio dovrebbero, svolgerlo i social network, soprattutto Facebook, occupando lo spazio lasciato libero da altri ma, dopo un promettente inizio, si è assistito ad un inesorabile impoverimento anche perché alcuni personaggi che avrebbero qualcosa di interessante da dire si sono nel tempo ritirati.

In sintesi non è presente nel bridge italiano nessuna struttura che ricopra il fondamentale ruolo di "**sentinella del potere**" che, in tutti i campi, è generalmente esercitato dalla stampa (intesa in senso lato).

In realtà, comunque la si pensi, è un fatto incontrovertibile che la Federazione sia gestita in totale solitudine dal vertice, pure legittimamente eletto secondo le regole fissate

dallo Statuto, senza che risponda alle obiezioni e/o osservazioni che nel tempo possono essere sollevate.

Solo per la cronaca tutti rammentano che in tempi recenti qualche tesserato che ha “osato” avanzare pubblicamente delle critiche, anche se espresse in modo colorito e talvolta sopra le righe, ha dovuto risponderne alla Giustizia Sportiva dalla quale è stato sanzionato.

Questo è lo stato dell’arte ad oggi della comunicazione in Federazione.

Il solo momento in cui gli amministratori si presentano alla base, per verificare la valutazione di quanto da essi operato, è quello del rinnovo delle cariche sociali, ogni 4 anni.

E proprio in questa occasione la questione della comunicazione emerge in tutta la sua importanza e delicatezza: il Consiglio uscente deve convincere di avere lavorato bene, gli oppositori al contrario che sono in grado di fare meglio.

Anche se i “grandi elettori” sono in numero molto limitato – circa 400 fra Presidenti di Associazioni e Delegati Atleti e Tecnici – il risultato che ne scaturirà si rifletterà sulla più vasta platea costituita da tutti i tesserati, oltre che sullo sviluppo dello stesso sport; quindi è necessario evitare che queste prossime elezioni continuino ad essere un fatto “privato” riservato a pochi invece che coinvolgere quante più persone possibili.

Come ben noto i candidati alla Presidenza, a questo momento, sono due.

Per comunicare l’attuale Presidente ha aperto un sito dove ha espresso le proprie posizioni e le proposte per ottenere la riconferma, ma non prevede alcuna forma di dialogo.

Il suo concorrente invece ha creato un gruppo apposito in Facebook probabilmente con l’intenzione di agevolare un dibattito con la base ma su di esso, tranne i primi giorni, i commenti languono: chissà in seguito.

Si sa che Facebook è una particolare arena dove è facile esporsi, quindi deve essere utilizzato con prudenza ma comunque, in mancanza d’altro, meglio che nulla.

Infatti non esiste purtroppo altro mezzo, cartaceo o digitale, per potere esprimere e divulgare opinioni, proposte e/o critiche riguardanti i candidati e i loro programmi per il futuro del movimento.

Entrambi i candidati già da novembre hanno iniziato un tour per l’Italia che li porterà a confrontarsi con alcune realtà, ma questo può considerarsi sufficiente?

Come si può dare la maggior visibilità possibile alle loro proposte?

Nel mondo di oggi non si può condurre una campagna elettorale, anche se solamente per una piccola Federazione sportiva, senza che i candidati si affrontino vis à vis; e non è attraente leggere dichiarazioni, anche di peso, dell’uno senza che l’altro replichi.

Lasciando ovviamente campo libero ad altre iniziative, lancio una proposta che è anche un accorato appello:

- ❖ i due candidati si confrontino in una intervista in contraddittorio, per rispondere ad alcune domande che possono interessare non solo chi sarà chiamato ad esprimere il voto ma tutti i tesserati;
- ❖ l’intervistatore/moderatore sarà scelto di comune accordo fra alcune persone di riconosciuta competenza e obiettività;
- ❖ le domande saranno le stesse per entrambi;

- ❖ in alternativa gli intervistatori potrebbero essere due loro sostenitori: l'uno porrà domande all'altro;
- ❖ l'intervista sarà riportata sul sito federale e su BDI online per consentirne la massima pubblicità possibile.

Solo questo sembra un modo, democratico e moderno, per mettere a confronto le due personalità e le loro proposte, per poi potere scegliere con la massima consapevolezza possibile e successivamente valutare il loro operato.

Il desiderio comune è che questa campagna elettorale si svolga nel modo più civile e pubblico possibile per il bene di quella passione che ci accomuna tutti: **IL BRIDGE!**

Eugenio Bonfiglio