

## Capitolo VI

# *La comunicazione*

### 6.1 Concetto di comunicazione in una società sportiva

In qualsiasi società sportiva, e noi parliamo di calcio, risulta molto importante essere informati. Prima di tutto, informati sulla struttura-impianto in cui si opera e su chi la dirige, poi, a grandi linee, come è organizzata la società che “lavora” all’interno e all’esterno di tale struttura sportiva, quali sono le indicazioni principali che il Direttivo, in senso lato, emana e come le divulga a tutti i componenti.

In seguito sarà doveroso venire a conoscere le molteplici funzioni del dirigente, dell’allenatore, di qualsiasi altra persona che agisce all’interno della società e per conoscere tali funzioni, necessita che qualcuno “informi”, che “avvisi”, che dia, appunto, comunicazione.

Ecco, pertanto, che essere informati, che qualcuno del Direttivo “comunichi” ad altri componenti societari cosa, come e perché bisogna compiere certi atti, tenere certi comportamenti, conoscere certe realtà diventa di primaria importanza.

Tutto ciò in termini teorici, mentre la comunicazione deve venire esercitata anche praticamente.

### 6.2 Come si può fare comunicazione

Mentre si leggono queste note, è doveroso precisare che tutto quanto concerne il termine “comunicazione” è riferito alla divulgazioni di dati, notizie, informazioni, suggerimenti che concernano la sola Società sportiva per la quale si opera. Infatti sotto la voce comunicazione ci sarebbero tante di quelle altre sfaccettature da considerare che non è proprio il caso di andare ad analizzare cosa succede nel mondo, anche se fosse un dato che ci interessa in seno generico: qui si intende dare un apporto per tentare di migliorare la conoscenza del calcio organizzato e, possibilmente, anche giocato.

#### **6.2.1 La comunicazione all’interno di un club sportivo può essere orale o scritta**

In questi due modi, orale e scritto, viene chiamato quell’insieme, come abbiamo appena scritto, di notizie e informazioni che vanno accumulati al vocabolo “comunicazione” (in realtà esiste anche una *comunicazione non verbale*, ma questa è tutta un’altra materia).

Precisiamo, innanzi tutto, che se esistono compartimenti stagni in un club, dove ognuno fa ciò che il buon senso gli consiglia ma non ciò che il Direttivo della società ha disposto per ciascun elemento umano o per ciascun gruppo attivo del medesimo sodalizio (e qui bisogna partire dal principio che chi ci guida sa cosa si deve fare!), possono nascere malintesi di poca importanza o malintesi rilevanti, gravi fratture all’interno o, addirittura, figuracce con le Istituzioni se non si è ben indirizzati.

In un gruppo sportivo dilettantistico, in questo caso in una società di calcio, ci si deve muovere, tutti, con gli stessi intenti, con le medesime direttive e, soprattutto, consci di possedere le informazioni utili per l’interesse comune. Ora andiamo sul dettaglio.

#### **6.2.2 La comunicazione orale**

La *comunicazione orale* consiste, come parrà logico, nel trasmettere le informazioni necessarie al buon andamento del sodalizio *parlando* tra l’uno e l’altro degli elementi che fanno parte del club, oppure riunendo i vari dirigenti o i vari allenatori/istruttori per comunicare cose di rilievo o, anche più semplicemente, per *informare*.

### 6.2.3 *La comunicazione scritta*

La **comunicazione scritta** è quella forma di distribuzione delle informazioni tramite mezzi di comunicazione stampati, oppure, tramite mezzi di informazione elettronici o mediatici, a seconda del caso: parlo del web, dei CD o dei DVD.

## 6.3 Come impostare la comunicazione in società

Solitamente chi imposta la **comunicazione** è una persona esperta nominata dal Direttivo della società, una persona che ha maturato, si suppone, cognizioni di ogni genere e che ritiene utile trasmettere queste sue conoscenze ai più giovani o, anche se non ai più giovani, ai meno esperti colleghi del club.

Ecco, pertanto, l'importanza delle riunioni in cui qualcuno fornisce parte del proprio bagaglio di conoscenze ad altri amici (la **comunicazione verbale**) e, se anche queste conoscenze paiono obsolete all'uditorio, il medesimo discute con loro su cosa è meglio per il club, se e quanto si devono o possono modificare e, in ultima analisi, come andrebbero modificate. Potrebbero apparire come qualsiasi delle tante riunioni che già si fanno in qualsiasi società sportiva, ma se indirizzate a migliorare la "conoscenza" assumono una ben precisa funzione: quella di "aggiornare", di rendere partecipi tutto il gruppo delle varie, eventuali novità.

\* La Federazione, per essere volutamente generici, e ritornando alle belle idee passate, ha intenzione di organizzare una serie di corsi per dirigenti che non siano soltanto una serata tra amici... una volta e via, ma proprio dei corsi che dovrebbero durare qualche mese con una serata a settimana per non impegnare troppo i dirigenti che devono pensare anche a cose proprie, personali ben più impegnative. Questi corsi, nell'intenzione della Federazione, dovranno essere presieduti e condotti da dei veri professionisti del settore, ma sino ad ora... (anche perché il settore "formazione" che era stato messo in piedi molti anni addietro, ora, *anno domini 2010*, non c'è più: l'hanno eliminato!).

Detto, dunque, della comunicazione orale che consiste come abbiamo visto più che altro nella trasmissione di informazioni attraverso il colloquio tra le parti, passiamo a dire della **comunicazione scritta**.

Qui potrebbe entrare in ballo anche l'Ufficio Stampa della Società (se la medesima l'ha attivato), oppure il semplice Addetto Stampa che, sovente, è lo stesso segretario del club, ma parlare di *professionisti* non è proprio il caso quando le finanze societarie, di questi tempi, volgono al rosso stabile, ed allora ci riferiamo a quelle semplici strutture interne che chiunque può attivare, facendo funzionare qual *maledetto* o *benedetto* sentimento che si chiama soprattutto... volontariato!

La **comunicazione scritta**, pertanto, può consistere in semplici comunicati, affissi alle bacheche della sede societaria, oppure in comunicazioni scritte dirette, la classica lettera inviata o consegnata personalmente a ciascun componente del sodalizio, o, ancora, in un notiziario societario, quella forma di giornaleto che racconta, in pochissime pagine, cosa è successo nella società, cosa potrebbe succedere e cosa succederà certamente.

Tutti insieme questi **sistemi di comunicazione** danno **informazione** agli interessati e, magari, suggeriscono ai medesimi cosa fare e come farlo meglio.

Rientra nel campo della comunicazione, questa volta rivolta verso un soggetto esterno, anche quella sorta di collaborazione con alcune testate giornalistiche locali che richiedono via fax (oggi soprattutto via mail) i tabellini delle proprie partite giocate al sabato e alla domenica, magari con qualche riferimento... obiettivo... di come si sono svolti i fatti sul campo. Quest'ultimo tipo di comunicazione, come detto, è rivolto all'esterno del club, ma non si deve mai dimenticare che più si parla del proprio sodalizio, fosse anche per una gara andata male, meglio è per la conoscenza del medesimo e della sua organizzazione.

E' il caso, a questo punto, di affermare che una **comunicazione scritta** rimane all'attenzione di tanti per molto tempo, mentre quella verbale o orale può riuscire sfuggente, ma ha il pregio di poter essere discussa e quindi memorizzata facilmente.

E' vero che *verba volant*, ma se questi "verbi", chiamiamoli così, sono stati detti con la giusta pressione psicologica, allora non sarà facile dimenticarli.

D'altro canto un **avviso**, un **comunicato**, una **lettera**, un **notiziario** sono palpabili e sarà molto interessante verificare quanto e come verranno seguiti.

## 6.4 Fin dove ci si può impegnare

Come accennato velocemente per la comunicazione scritta, esiste un mezzo di comunicazione molto efficace o, comunque, che può appagare sia chi opera attivamente in società e sia coloro che seguono da distante, i *tifosi* tanto per intenderci, le tante squadre di ogni sodalizio.

Questo strumento è il **giornaletto** o **notiziario societario**.

Questo tipo di comunicazione può fornire, se inserita in una grafica accattivante e di semplice lettura, ovviamente con il complemento dell'iconografia, molte notizie del club che, specialmente per i neofiti, erano sconosciute e che possono riservare molte sorprese, come venire a sapere che quel tal giocatore professionista era nato e cresciuto qui, che quel signore, ora sindaco di una importante centro, era stato un pulcino della nostra società. Ma non basta, perché ci saranno sempre le fotografie a far ritornare ricordi che parevano sopiti. In giornalotti di questo tipo, quattro paginette di grande formato, possono essere inseriti sia le informazioni basilari del Direttivo, sia le vicende di un torneo, proprio o organizzato da altri, sia nozioni tecnico/scientifiche facilmente assimilabili.

Il problema più grosso, comunque, è che questi mezzi di comunicazione costano e che, quindi, diventa indispensabile dotarsi di pubblicità, di sponsor societari che possano reggere le spese di impaginazione, grafica e stampa.

Anche in questo caso entra in ballo la comunicazione, nel senso che si possono individuare personaggi, interni o esterni al club, cui viene spiegata la motivazione di certe richieste e pertanto tentare di allettare eventuali sponsor convincendoli che qualche migliaio di giornalotti distribuiti tra le famiglie, le scuole cui afferiscono i giocatori iscritti, la distribuzione tramite edicolanti amici può essere un veicolo promozionale niente male, che può "rendere", che può far conoscere capillarmente il tal prodotto piuttosto che il tal locale o la tal'altra azienda.

Per concludere, tutte queste forme di **comunicazione**, questo modo di dare informazione, non sono altro che **nozioni** per svolgere al meglio un lavoro di volontariato che, sappiatelo bene e non scordatelo mai, è determinante, assolutamente indispensabile per sorreggere lo sport dilettantistico e, ovviamente, giovanile.