

Dopo aver giocato a bridge per decenni, Vitale ha scoperto il burraco e, con una serie di libri, ha inventato regole e tattiche

UN «VIZIO» PER 10 MILIONI DI ITALIANI

«Questo è il burraco» parola di Giorgio Vitale

È brindisino il «padre putativo» del gioco più amato

PIERLUIGI POTI

● Scala reale, canasta, ramino: passatempi ormai... fuori moda.

Il vero fenomeno del "tavolo verde" già da qualche anno è in realtà il burraco, un gioco che ha saputo soppiantare anche un "mito" delle carte francesi come il bridge.

Certo, qualcuno - fra gli innumerevoli, accaniti "praticanti" che esistono in Italia (si parla di circa dieci milioni) - potrebbe anche dire: si è scoperta... l'acqua calda.

Ciò che, invece, in molti ancora non sanno è che il "padre putativo" del burraco - colui, cioè, che al gioco ha dato delle regole ben precise, "codificandole" in una serie di libri che, in materia, rappresentano una vera e propria bibbia - è un brindisino, **Giorgio Vitale**.

Vitale, dopo aver dedicato la... prima metà della sua esistenza al bridge (che ha giocato ad alti livelli, esercitando anche il ruolo di arbitro nazionale), ha scoperto un giorno un gioco nuovo che appassionava gli italiani. Da lì la brillante idea: «Avevo subito notato - racconta - che questo nuovo gioco che prendeva sempre più piede era diverso di regione in regione, di città in città, addirittura di... salotto in salotto. Il tutto perché mancava un regolamento che lo rendesse uguale per tutti. Sulla scorta dell'esperienza maturata in tanti anni di bridge, ho pensato bene di riunire in un libro una serie di regole per rendere il burraco, in un certo qual senso, unitario, ma soprattutto per trasformarlo da gioco individuale a gioco di coppia. Nacque così, era il 1990, "Il libro completo del burraco", a cui hanno fatto poi seguito tanti altri manuali con cui, man mano, ho codificato le regole del gioco, inventato la torneazione (i meccanismi, cioè, per allestire veri e propri tornei) e ideato un albo arbitri».

Sempre al brindisino Giorgio Vitale si deve la fondazione della Fibur (la Federazione italiana del burraco) che oggi raggruppa 25 mila iscritti: «Al di là dei meriti - spiega al riguardo



-la cosa importante da sottolineare è che con la nascita della Fibur si è dato risalto non solo all'aspetto prettamente ludico del burraco, ma anche ai risvolti che esso può avere sul piano della solidarietà. Ciò in quanto, la Fibur organizza molteplici tornei, campionati e, in generale, manifestazioni a livello nazionale, dediti per lo più alla beneficenza».

Si dice che, oggi, ormai il burraco è un vero e proprio fenomeno sociale: «Secondo il mio punto di vista - dice ancora Vitale - ha cambiato radicalmente la mentalità degli italiani, non soltanto rendendoli più sensibili alla beneficenza, ma anche spronandoli alla aggregazione e alla competizione. Fra l'altro, poiché il burraco è essenzialmente... donna (l'80%, e forse più, dei giocatori sono del "gentil sesso"), ha anche allontanato tante signore dai tavoli del gioco "pesante" (come il poker), le quali hanno pian piano trasferito la novità dai loro salotti pomeridiani ai circoli, insegnando il

burraco a mariti, figli e nipoti».

Tornando in conclusione ai libri, l'ultimo in ordine di tempo è stato pubblicato (Locorotondo editore, come gli altri) proprio di recente ed è un... double face: «In effetti - sottolinea - raccoglie due libri in uno, consultabili a partire dalle due opposte copertine. Da una parte "Questo è il burraco", dall'altra "Il burraco dei campioni": questa seconda parte è scritta da mia figlia **Maura**, psicologa e psicoterapeuta, la quale già da alcuni anni, sfruttando la sua esperienza nel campo, si dedica all'aspetto psicologico del burraco, aiutandomi a sistemare dal punto di vista letterario le mie frammentarie osservazioni (buttate giù, per lo più, su foglietti... volanti) e le mie "intemperanze" linguistiche su regole, comportamenti e situazioni di gioco. Da qui, le è nata poi l'idea di studiare il gioco come una grande metafora attraverso cui individuare alcune strategie di coppia».

FORMAZIONE E CONSULENZA

Aziende produttrici di carte da gioco e multinazionali fanno a gara per avere la sua assistenza per promuovere il burraco in Europa



PADRE... Giorgio Vitale



... E FIGLIA Maura Vitale

IL BOOM DEL BURRACO

Da quando è stato scoperto (circa 20 anni fa), la passione ha travolto milioni di italiani che non perdono occasione per sedersi al tavolo per dedicarsi ore ed ore al gioco del burraco

L'evoluzione Il prossimo obiettivo? Aumentare da 4 a 6 il numero di giocatori

■ Dopo aver dato al burraco regole scritte e dopo aver suggerito tattiche e situazioni di gioco, i prossimi obiettivi di Giorgio Vitale sono due. Il primo deriva dal sogno di estendere l'ambito di operatività del gioco al di là dei confini nazionali. In altre parole, la futura aspirazione di Vitale è quella di promuovere il burraco in tanti altri Paesi europei. In quest'ottica, ha già stretto un accordo con una multinazionale friulana: l'obiettivo comune, utilizzando i libri scritti dal brindisino (e tradotti anche in inglese, francese, spagnolo e tedesco), è di portare gruppi di persone "istruite" nelle varie località turistiche europee per dare vita a vere e proprie full-immersion di burraco, a tornei, cioè, fra gente di nazionalità diverse. Dietro a questa iniziativa, si nasconde un altro sogno: creare una federazione europea del burraco.

L'altra "fatica" che attende il nostro concittadino attiene invece a situazioni, per così dire, di... opportunità. Il burraco - come del resto ogni gioco di carte - ha bisogno di piccole modifiche, di continue novità, in modo tale da vincere la noia che inevitabilmente assale quando si gioca per tanto tempo sempre con le stesse regole e modalità. L'idea che è balenata in testa a Giorgio Vitale - subito suffragata da una delle maggiori aziende produttrici di carte francesi, la Dal Negro (che, peraltro, creando carte specifiche per il burraco, menziona espressamente le regole inventate da Vitale) - è di... reinventare il gioco, aumentando il numero di giocatori da 4 a 6, in modo da renderlo, in un certo qual senso, più accattivante. E, per dare credito a questa idea, la stessa Dal Negro ha in mente di lanciare sul mercato un nuovo prodotto: tre