

Włoska cisza przed burzą

Słowa klucze: media, publicrelations, PR, piłkarska, łączynaspilka, mundial2022, Michniewicz, sponsoring, kryzyskomunikacyjny

Autor: Michał Szustak

Data publikacji: Grudzień 2022

Czas czytania: 4 min



Włoska cisza przed burzą

40 lat temu Włosi wymyślili „ciszę medialną” Przyszli mistrzowie świata zamknęli się na media, a potem zamknęli mediom buzię. Czy trzeba kogoś przekonywać o tym jak ważna jest rola mediów dla biznesu sportowego? Nie trzeba! Media i dziennikarze są ważni. O ich przychylność zabiegają menedżerowie i prezesi. Zatrudniają do tego specjalistów, a jeżeli coś pójdzie nie tak jak zaplanowano potrafią zrobić wiele aby nie doprowadzić do kryzysu.

Nie wiem ile wydrukowano książek i podręczników w Stanach Zjednoczonych – kolebce zawodowego sportu – na temat budowania publicity i relacji z mediami. Trudno byłoby je policzyć. Jeżeli ktoś zechciałby zajrzeć jak o tym piszą Jankesi, rekomenduję jedną z pierwszych książek o marketingu sportowym, którą kupiłem: *Melvin Helitzer* w 1996 roku, na ponad czterystu stronach podręcznika o tytule „*The Dream Job*” opisał jak pracuje się z dziennikarzami i buduje relacje z mediami. Autor pochodzi jednak z tego kręgu kulturowego, w którym inaczej angielskie słowo sport można zapisać tak, że na początku i na końcu używa się symbolu dolara. Za oceanem prawie wszystko jest inne: na rynku sponsoringu jest nadmiar pieniędzy i wystarcza sprawność organizacyjna, wiarygodność i przewidywalność aby strumień pieniędzy skierować do sportowca, klubu, ligi czy reprezentacji kraju. Pomaga w tym system podatkowy i pozbawione ograniczeń - znanych z innych części świata - prawo do informacji. Oczywiście zasady współpracy z mediami są

przy tym bardzo skrupulatnie przeanalizowane i opisane przez praktyków...

Pisać dalej? Nie, nie będę, bo sponsoring sportu w Polsce nie działa wedle zasad, które próbował opisać pan Melvin Helitzer, a my jesteśmy właśnie świadkami kolejnej - nie wiadomo już której – „afery medialnej” związanej z tym co media dowiedziały się na temat polskich piłkarzy grających na mundialu w Katarze. Dziennikarze, ci najbardziej zaufani, przebywający blisko zespołu dbają o to aby było miło, grzecznie i profesjonalnie, inni - ci którym np. nie udało się wyjechać do Kataru za błogosławieństwem PZPN - szukają wątków, które można publicznie rozszarpać. Po tym kiedy w tle pojawił się na domiar Premier Rządu dołączyły media na co dzień biorące udział w debacie politycznej. Wystarczająco dużo aby zawrzało.

Podobne emocje przeżywali w 1982 roku Włosi. Ich piłkarze pojechali na mundial do Hiszpanii i w słabym stylu zremisowali wszystkie swoje



Comunicato Ufficiale, Silenzio Stampa.

mecze w grupie: kolejno z Polską, Peru i Kamerunem. Z grupy dosłownie „wyczołgali się”, zdobywając tyle samo punktów co Kamerun. Wokół reprezentacji rozpętał się istny sztorm. Zawodników oskarżano o pijaństwo, branie narkotyków i skłonności homoseksualne. Komentowano ogromne wynagrodzenia, które każdy piłkarz otrzymywał za każdy występ, a reprezentację krytykowali nawet przedstawiciele włoskiego związku. Wrzało!

Zawodnicy i sztab trenerski odkryli wtedy, że można powiedzieć „nie”. Pierwszy raz w historii ogłosili „ciszę medialną” a jedyną osobą, która miała prawo przekazywania zdawkowych informacji od drużyny został bramkarz Dino Zoff. Co było dalej? Włosi zwyciężyli w mundialu, pokonując kolejno Argentynę, Brazylię, Polskę i RFN. Jak by tego było mało, najlepszym strzelcem i najlepszym zawodnikiem turnieju został Paolo Rossi, jeden z najbardziej krytykowanych przez media zawodników reprezentacji. Rossi, który nie spodobał się rzymskim dziennikarzem

po tym jak zwyciężył rywalizację o udział w mundialu z napastnikiem drużyny ze stolicy Włoch, zrobił to co potrafił najlepiej: nie próbował wymiany argumentów z przedstawicielami prasy tylko strzelał bramki.

Dokładnie 40 lat temu, Włosi - naród rozgadany i rozentuzjzmowany - pokazali, że odizolowanie sportowców od mediów bywa potrzebne aby odnosić zwycięstwa sportowe. Tak jak Amerykanie, za pomocą ustalonych reguł doskonale kontrolują pola, w których mogą operować dziennikarze zajmujący się sportem, tak Włosi byli w stanie narzucić swoje zasady w kryzysowej sytuacji. Dedykuję te myśli wszystkim (zaangażowanym) konsumentom współczesnych mediów, których zajmuje kolejna sensacyjna informacja o tym czego nie widać w transmisji telewizyjnej. Włoska „silenzio stampa” (cisza medialna), która była reakcją na potencjalny kryzys wywoływany przez media, stała się na przestrzeni lat ciekawą ilustracją tego jak mogą pracować zespoły zawodowców dążących do osiągnięcia mistrzostwa sportowego.