

La comunicazione è strategica

L'arte de la guerra

By [Manlio Dinucci](#)

Global Research, October 29, 2013

ilmanifesto.it

Chi l'avrebbe detto che il prof. Mario Mauro, laureato in lettere e filosofia all'Università Cattolica del Sacro Cuore e con l'esperienza militare di caporal maggiore di leva, sarebbe divenuto un esperto di strategia? Nominato ministro della difesa, ha emanato una «*Direttiva sulla comunicazione strategica*».

Il presidente Napolitano – si spiega nella premessa – ha dichiarato che occorre reagire a disinformazioni e polemiche che colpiscono lo strumento militare, posto nello spirito della Costituzione a presidio della partecipazione italiana alle missioni di stabilizzazione e di pace. Informare su cosa la Difesa sta facendo per assolvere i compiti istituzionali, non è quindi solo un dovere, ma una necessità per contrastare la diffusione di informazioni scorrette. Come quella – precisiamo – che noi del Manifesto diffondemmo nel 2011, denunciando la guerra di Libia e le sue vere ragioni, mentre il presidente Napolitano garantiva che «non siamo entrati in guerra, siamo impegnati in un'azione autorizzata dal Consiglio di sicurezza».

L'opinione pubblica e i mass media, sottolinea la Direttiva, devono essere messi in condizione di comprendere e apprezzare la necessità di avere uno strumento militare capace, flessibile e proiettabile. Le nuove minacce alla sicurezza impongono di estendere l'impegno della Difesa lontano dai confini nazionali, per anticiparle e prevenirle. Una mancata risposta alla Comunità Internazionale (leggi la Nato sotto comando Usa) non danneggerebbe soltanto l'immagine del Paese, ma metterebbe a rischio anche i suoi interessi strategici ed economici. Occorre di conseguenza aumentare nel pubblico la consapevolezza che le operazioni militari contribuiscono alla crescita del Paese e che l'Italia vi deve assumere ruoli di sempre maggiore responsabilità.

Come quello, confermato da Mauro alla recente riunione Nato dei ministri della difesa, di partecipare al contingente di oltre 20mila uomini che resterà in Afghanistan dopo il 2014 e alla spesa di 4 miliardi di dollari annui da elargire al governo afgano (uno dei più corrotti al mondo).

Nelle operazioni militari, spiega la Direttiva, la comunicazione strategica deve essere considerata alla stregua delle altre funzioni operative. In altre parole, mentre si impegnano forze militari nelle guerre, occorre convincere i cittadini sulla necessità di farlo. La stessa opera di convinzione, specifica la Direttiva, va fatta nei confronti delle comunità che vivono presso installazioni militari (convincendo ad esempio la popolazione di Niscemi a accettare il Muos) e dei cittadini restii ad accettare i programmi militari di investimento (convincendoli che è bene spendere 15 miliardi di euro per i caccia F-35).

La comunicazione strategica è diretta in generale ai media, al mondo della scuola, alle università, alle associazioni culturali. Deve allo stesso tempo puntare sugli «attori culturali» (giornalisti, conduttori di programmi televi-sivi, blogger e altri, perché convincano l'opinione pubblica a sostenere le forze armate e le loro operazioni) e sui «decisori politici» (ossia sui parlamentari perché votino leggi che raf-forzino il settore militare). Non si tratta solo di informare i destinatari delle scelte della Difesa, chiarisce la Direttiva, ma anche che questi siano coinvolti nel buon esito delle decisioni assunte.

In altre parole: quella pianificata dal ministero della difesa non è solo una colossale campagna di disinformazione, condotta da personale scelto e appositamente formato, ma un vero e proprio piano di militarizzazione delle menti.

Manlio Dinucci

The original source of this article is ilmanifesto.it

Copyright © [Manlio Dinucci](http://ilmanifesto.it), ilmanifesto.it, 2013

[Comment on Global Research Articles on our Facebook page](#)

[Become a Member of Global Research](#)

Articles by: [Manlio Dinucci](#)

About the author:

Manlio Dinucci est géographe et journaliste. Il a une chronique hebdomadaire "L'art de la guerre" au quotidien italien il manifesto. Parmi ses derniers livres: Geocommunity (en trois tomes) Ed. Zanichelli 2013; Geolaboratorio, Ed. Zanichelli 2014; Se dici guerra..., Ed. Kappa Vu 2014.

Disclaimer: The contents of this article are of sole responsibility of the author(s). The Centre for Research on Globalization will not be responsible for any inaccurate or incorrect statement in this article. The Centre of Research on Globalization grants permission to cross-post Global Research articles on community internet sites as long the source and copyright are acknowledged together with a hyperlink to the original Global Research article. For publication of Global Research articles in print or other forms including commercial internet sites, contact: publications@globalresearch.ca

www.globalresearch.ca contains copyrighted material the use of which has not always been specifically authorized by the copyright owner. We are making such material available to our readers under the provisions of "fair use" in an effort to advance a better understanding of political, economic and social issues. The material on this site is distributed without profit to those who have expressed a prior interest in receiving it for research and educational purposes. If you wish to use copyrighted material for purposes other than "fair use" you must request permission from the copyright owner.

For media inquiries: publications@globalresearch.ca