



La comunicazione come pilastro della Cultura della Difesa. Perché oggi più che mai informare significa difendere

Pubblicato il 02/01/2026

Nel mondo contemporaneo, dominato dall'immediatezza dell'informazione e dalla pervasività dei media digitali, la comunicazione non è più un elemento accessorio: è una componente strategica. **Vale per le aziende, per le istituzioni e, in maniera sempre più evidente, anche per le Forze Armate.**

Esistono due affermazioni, spesso citate nel mondo della comunicazione, che ben sintetizzano questa realtà.

La prima richiama un'idea diventata quasi una regola non scritta per chi si occupa di comunicazione: **il profilo basso, quando diventa silenzio, raramente premia.** È il messaggio che attraversa *Good-bye to the Low Profile: The Art of Creative Confrontation*, volume pubblicato negli anni Ottanta dall'americano **Herbert Schmertz (1930-2028)**, vicepresidente e responsabile della comunicazione della multinazionale **Mobil Corporation**.

Un principio tanto semplice quanto efficace: nella comunicazione istituzionale, **tacere significa spesso lasciare campo libero ad altri**, perdendo spazio e credibilità.

La seconda affermazione è ancora più celebre ed è attribuita al filosofo e teorico della comunicazione **Marshall McLuhan**, che nel **1964**, nel saggio *Understanding Media: The Extensions of Man*, **apre l'opera con un capitolo intitolato proprio "The Medium Is the Message"**, rendendo centrale l'espressione "il medium è il messaggio". Un'intuizione destinata a segnare la storia della comunicazione moderna, poiché evidenzia come non conti soltanto ciò che si comunica, ma anche, e soprattutto, **il mezzo attraverso cui lo si fa**, insieme al **contesto** e al **linguaggio** utilizzato.

Due concetti apparentemente semplici, ma che assumono un significato profondo quando applicati alla sfera della Difesa e della sicurezza nazionale.

Comunicare la Difesa: un'esigenza moderna

Per molto tempo, in Italia come in altri Paesi europei, il rapporto tra **Forze Armate e comunicazione** è stato improntato a una **naturale riservatezza**, talvolta sfociata in una vera e propria distanza dal mondo dell'informazione: una scelta comprensibile in un contesto storico diverso, ma **oggi non più sostenibile**.

La comunicazione istituzionale non può infatti limitarsi alla gestione delle emergenze o alla diffusione di comunicati formali, ma deve diventare uno **strumento continuo di dialogo con la società**, capace di spiegare ruoli, missioni, valori e sacrifici di uomini e donne in uniforme.

Negli ultimi decenni, anche grazie all'evoluzione delle operazioni internazionali e al crescente impegno in ambito NATO, l'Italia ha compreso l'importanza di **raccontare meglio le proprie Forze Armate**.

Le missioni all'estero, le operazioni di sorveglianza aerea e navale e il supporto umanitario rappresentano un impegno costante, spesso poco conosciuto dall'opinione pubblica.

A questo si aggiunge il ruolo fondamentale svolto sul territorio nazionale, dal supporto nelle calamità naturali agli interventi di protezione civile, fino alle operazioni di sicurezza e controllo del territorio. Eppure, nonostante tutto questo, la percezione pubblica resta spesso incompleta o distorta: ed è proprio qui che la comunicazione assume un **valore strategico**.

La Cultura della Difesa come strumento di consapevolezza

In Italia, il concetto di “Cultura della Difesa” è ancora oggi spesso frainteso. **Non significa militarizzazione della società**, né esaltazione del conflitto. Al contrario, significa conoscenza, consapevolezza e responsabilità.

Una società informata comprende meglio perché esistono le Forze Armate, perché investire nella sicurezza non è uno spreco, e perché **la difesa dei valori democratici** passa anche attraverso la deterrenza, la prevenzione e la presenza sul territorio e negli scenari internazionali.

In un contesto globale segnato dal ritorno dei conflitti convenzionali, dall'instabilità geopolitica, dalla minaccia ibrida e dal terrorismo, pensare che la pace si garantisca semplicemente rinunciando agli strumenti di difesa **è un'illusione pericolosa**.

La storia recente dimostra che la pace si preserva anche grazie alla **credibilità militare, alla cooperazione tra alleati e alla capacità di risposta**.

La comunicazione istituzionale come strumento operativo

Negli ultimi anni il Ministero della Difesa ha compiuto passi importanti, soprattutto sul fronte della valorizzazione dell'immagine e della comunicazione delle Forze Armate. Iniziative come **Radio Esercito**, la presenza sempre più strutturata sui **social media** e il rafforzamento delle attività informative rappresentano segnali concreti e positivi. Nell'ultimo biennio, inoltre, l'evoluzione è stata evidente, con un'accelerazione significativa in termini di qualità, continuità e capacità di raggiungere un pubblico differente.

Tuttavia, la credibilità si consolida nel tempo e l'efficacia comunicativa richiede un miglioramento costante, alzando l'asticella e puntando a standard sempre più elevati.

È quindi necessario proseguire con decisione su questa strada, investendo ulteriormente nelle strutture dedicate, nelle competenze professionali, nelle tecnologie e nella formazione specifica del personale. Le moderne operazioni informative richiedono rapidità, chiarezza, capacità di raccontare in modo comprensibile e autorevole, oltre a una piena padronanza dei linguaggi digitali.

Non si tratta di propaganda, ma di **trasparenza**. Raccontare cosa fanno le Forze Armate, perché lo fanno e con quali valori operano è un dovere istituzionale verso i cittadini che le sostengono e, in ultima analisi, verso la democrazia che sono chiamate a difendere.

Dare voce a chi indossa l'uniforme

Un aspetto di grande valore riguarda la comunicazione “dal basso”. **Ufficiali, sottufficiali e militari di truppa** rappresentano oggi il volto più diretto e concreto delle Forze Armate.

Strumenti come i canali istituzionali hanno contribuito a dare spazio a voci giovani, preparate e motivate, capaci di raccontare il proprio lavoro con **competenza e credibilità**, nel pieno rispetto delle esigenze operative.

Favorire questo tipo di comunicazione, **all'interno di regole chiare e responsabilità definite**, rende la Difesa ancora più vicina ai cittadini, più comprensibile e più “umana” nel senso migliore del termine: fatta di persone, professionalità e servizio. Non significa rinunciare al rigore, ma valorizzare **autenticità e trasparenza**, elementi fondamentali per consolidare la fiducia verso i cittadini.

Conclusioni

La comunicazione non è un accessorio, ma una componente essenziale della **Difesa moderna**. In un'epoca in cui l'informazione è parte integrante del confronto geopolitico, pensare di tornare a una riservatezza “totale” è **anacronistico**: il silenzio non protegge, spesso lascia spazio a narrazioni distorte, disinformazione e strumentalizzazioni.

Per questo fa bene oggi la Difesa italiana a comunicare in modo sempre più strutturato: non per inseguire consensi, ma per garantire **trasparenza**, rendere comprensibili scelte e impegni, dentro e fuori i confini nazionali.

Investire nella **Cultura della Difesa** significa rafforzare il legame tra Forze Armate e società civile, consolidare la fiducia dei cittadini e rendere più solido il sistema di sicurezza nazionale e collettivo.

Perché, oggi più che mai, **comunicare bene significa difendere meglio**.