


Un plotone di giornalisti a scuola dai militari

Pubblicato: Mercoledì 19 Gennaio 2005

Il rapporto tra comunicazione e forze militari è un problema di origini antiche: già **Napoleone**, con innegabile lungimiranza, aveva deciso di portare al suo seguito, durante la campagna d'Egitto, numerosi uomini di cultura. Ai tempi, questa scelta, non poteva che avere qualche innegabile ricaduta in prestigio, o qualcosa di più. Ma oggi, nell'era della CNN, l'impatto dei media ha qualcosa di totalmente inedito: come il Vietnam ci ha insegnato **una buona, o cattiva, comunicazione può determinare le sorti di una guerra**. E' quindi sempre più evidente, dalle recenti esperienze storiche, che una collaborazione sincera ed interessata tra le forze militari e gli operatori dei media, non può che dare vantaggi ad entrambe le parti. Così scopriamo che **anche i soldati devono studiare la legge delle "5 W", o imparare a fare i deejay**.

 E' questo, in sostanza, l'aspetto più interessante dell'incontro che si è tenuto lo scorso martedì 18 gennaio all'Università dell'Insubria, nell'ambito del ciclo di incontri sulla comunicazione di guerra organizzato dal Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione. L'evento è legato al corso di **"Filosofia delle Scienze Sociali e Comunicazione Politica"**, tenuto da **Claudio Bonvecchio**. Già ieri gli studenti hanno potuto incontrare il **colonnello Riccardo Cristoni**, che si occupa della comunicazione della caserma di Solbiate Olona.

Il **tenente generale Mauro Del Vecchio**, da un anno a capo sempre del **Corpo di Reazione Rapida Nato di Solbiate Olona** ([che presto sarà impegnato in Afghanistan](#)), ha portato sulla cattedra di via Dunant i suoi 40 anni di esperienza, davanti ad un plotone di futuri comunicatori. Il tenente ha voluto parlare, in modo particolare, del suo impegno in Kosovo, che ha rappresentato un caso esemplare di collaborazione tra forze militari e media. Da subito, infatti, il corpo italiano aveva istituito un centro specializzato per il rapporto con i giornalisti (PI Center), fornendo un'informazione che rispetti i principi, e le necessità, della comunicazione di massa. Obiettivo principale? "Nessuna sorpresa", né per i giornalisti né per i militari: solo una comunicazione genuina e sempre pronta, infatti, può garantire il corretto lavoro di ogni professionista. Il centro, quindi, ha funzionato nella consapevolezza che i reporter avessero bisogno di un'informazione completa, immediata e interessante. Ma l'aspetto più determinante risale agli eventi del marzo del '99, quando le forze Nato ebbero il permesso di valicare i confini del Kosovo. La carovana militare, infatti, portò con sé diversi mezzi delle testate giornalistiche (che erano più di 45), a cui venne consentita (nei limiti di sicurezza) una grande libertà di spostamento, per arrivare al "cuore della notizia". "Coi giornalisti", racconta Del Vecchio, "si è creato un rapporto intenso e molto efficace, agevolato dalla vicinanza: non stento a dire che la gran parte del successo della missione è derivata proprio da questo atteggiamento di reciproca comprensione, che derivava dal condividere le tensioni, le esperienze e anche i disagi". La buona comunicazione, quindi, non può che derivare dalla condivisione delle esperienze in modo diretto, anche perché, come ha ricordato il Tenente Generale, "ogni operazione militare ha le proprie caratteristiche, è quindi necessario, ogni volta, studiare e approfondire il contesto".

Infine non poteva mancare un accenno all'esperimento di Radio **West**, un canale radiofonico creato dagli stessi militari stanziati in Kosovo, per consentire una comunicazione diretta con le popolazioni autoctone che, spesso, sono confuse sul ruolo di militari stranieri nel loro paese.

Un'esperienza felice, quindi, quella raccontata da Del Vecchio, eppure, tra le righe, è sembrato di cogliere una piccola "tirata d'orecchi" al mondo dei media. Grazie alla grande importanza data dalle forze militari ai media, infatti, sulle operazioni in Kosovo sono stati scritti più di 2200 articoli, ma tutti concentrati nei primi mesi delle operazioni. Anche se, ad oggi, la qualità della vita in queste zone non è certo migliorata, sembra che l'attenzione delle testate giornalistiche si sia totalmente azzerata. Sicuramente si tratta di una delle tante "esigenze mediatiche" ormai ben conosciute dai militari, ma non è detto che queste coincidano con le esigenze sociali.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it