

Alfonso Nieto, pioniere della comunicazione istituzionale della Chiesa

Morto il 2 febbraio, tra i primi ad organizzare una Facoltà di Giornalismo in Europa

Giuseppe Brienza

«Ciò che si spende si trasforma in un investimento se l'occhio si fissa nell'eternità, nel Creatore, e non in se stesso; per questo, la migliore redditività è conseguenza di un totale distacco dal tempo quando Dio lo chiede».

Il 2 febbraio scorso, nella Clinica dell'Università di Navarra (Spagna), il Padre Eterno ha chiamato alla forma più radicale di "distacco" dal tempo il prof. Alfonso Nieto (1932-2012), primo professore ordinario di Comunicazione in Spagna (1976), nello stesso Ateneo iberico fondato nel 1952 da Josemaría Escrivá de Balaguer (1902-1975), nonché docente di Economia della Comunicazione Istituzionale nella Pontificia Università della Santa Croce (PUSC) a Roma. Da quest'ultima Università ha ricevuto, il 9 aprile 2008, il Dottorato *Honoris Causa* in *Comunicazione Sociale Istituzionale*, con la motivazione di essere stato un «pioniere nel riconoscimento degli studi di comunicazione a livello universitario in Europa» (PUSC, Comunicato stampa, Roma 4 aprile 2008).

Il prof. Nieto ha dedicato l'ultimo suo saggio pubblicato in Italia proprio al tema "Il tempo negli insegnamenti di san Josemaría" [cfr. *Romana. Bollettino della Prelatura della Santa Croce e Opus Dei*, n. 51, Roma luglio-dicembre 2010, (pp.430-453) p. 432], in quanto al "buon uso del tempo" è dedicata molta attenzione da parte del fondatore dell'Opus Dei (si pensi, ad esempio, che nelle sue tre più importanti opere, vale a dire *Cammino*, *Solco* e *Forgia*, ben 42 sono i punti di meditazione dedicati a tale tema). A questo cammino spirituale lo studioso spagnolo appartenne infatti fin dalla giovinezza. E proprio perché ispirato da un'antica aspirazione di san Josemaría - la formazione universitaria dei professionisti dell'informazione - Nieto contribuì in maniera decisiva a renderla

realtà nel panorama accademico spagnolo. Fu, infatti, membro della giunta interministeriale spagnola - Ministero dell'Informazione e Ministero dell'Educazione - per la stesura della *Ley de Educacion* e per l'organizzazione delle facoltà iberiche di *Scienze della Comunicazione* (1969-1975). Al suo lavoro in quella commissione si deve il riconoscimento universitario, per la prima volta in Europa, degli studi di giornalismo e comunicazione.

Nato in Asturias (Spagna) nel 1932, Nieto aveva percorso una carriera accademica molto feconda e veloce poiché, prima che nelle due citate università, promosse da membri e persone vicine all'Opus Dei, fu tra i più giovani Ordinari di *Economia della comunicazione* nell'Università Complutense di Madrid e *Visiting professor* presso diversi Atenei in Argentina, Cile e Brasile. Dopo essere passato all'*Istituto di Giornalismo* (poi trasformato in Facoltà di Comunicazione), dell'Università di Navarra, divenne successivamente Rettore di tale Ateneo per quasi quindici anni, dal 1979 al 1991.

Nieto ha scritto più di 50 libri e articoli, soprattutto dedicati all'elaborazione dello "statuto scientifico" dell'Economia della comunicazione, della quale sono ben note nel mondo ibero-americano soprattutto le opere "*La Empresa Periodística en España*" (1973) e "*Empresa informativa*" (1993), scritta insieme ad un altro eminente studioso spagnolo, anch'esso recentemente scomparso, Francisco Iglesias.

Altro volume significativo per gli studi scientifici in tale settore, del 1984, fu "*La Prensa Gratuita*" ("*La stampa gratuita*"), scritto in un'epoca in cui non era assolutamente immaginabile lo sviluppo enorme che avrebbero avuto in Europa i giornali gratuiti, particolarmente diffusi nel nostro Paese attraverso la distribuzione capillare in molte stazioni ferroviarie e metropolitane nonché esercizi commerciali.

Un rilevante contributo allo sviluppo della professionalizzazione

nelle comunicazioni sociali Nieto diede anche con il libro "*Cartas a un empresario de la Información*", del 1987, nel quale argomentava e rivolgeva agli imprenditori della comunicazione la richiesta di considerare con maggiore professionalità il lavoro dei giornalisti, unitamente a raccomandare loro una maggiore consapevolezza della responsabilità derivante dai rapporti, non soltanto economici, delle aziende nei confronti degli utenti dell'informazione.

Tradotto in italiano, sullo stesso tema, è il libro *La cultura della comunicazione* (Franco Angeli, Milano 2006, pp. 256), dedicato all'organizzazione ed alla gestione di aziende di comunicazione. Proprio i suoi studi sull'economia della comunicazione gli sono valsi il riconoscimento dell'*Honor award* del "*Journal of Media Economics*" (cfr. PUSC-Ufficio Comunicazione, *Scompare il professor Alfonso Nieto, pioniere della comunicazione istituzionale della Chiesa*, Roma 3 febbraio 2012). In tale ambito, peraltro, Nieto ha sempre cercato di evitare di ridursi negli angusti linguaggi e recinti concettuali del tecnicismo. Ad esempio, parlando a proposito della finalizzazione aziendalistica del sistema "*Just in time*", utilizzato per individuare ed eliminare nell'impresa gli sprechi di tempo, scrisse: «L'obiettivo principale è ridurre i tempi non indispensabili nella gestione e negli inventari. Il sistema ha ottenuto risultati sorprendenti, ma si corre il rischio di relegare il tempo di lavoro delle persone subordinandolo al tempo della produzione materiale. Infatti non si deve dimenticare che il protagonista insostituibile del tempo e del lavoro è la persona. Il tempo è una somma di tempi che chiedono di essere spesi in modo sereno, pacifico, senza quelle accelerazioni che vorrebbero avere a disposizione ore di sessantacinque minuti. Da questo si deduce una verità a volte dimenticata: il tempo di riposo non è tempo sprecato» (A. NIETO, *Il tempo negli insegnamenti di san Josemaría*, art.

cit., p. 436).

Con la ricerca *"Time and information market: The case of Spain"*, pubblicata nel 2000, Nieto ottenne un credito e riconoscimento scientifico internazionale, dopo del quale, come ha recentemente ricordato uno dei suoi allievi, don José María La Porte, Decano della Facoltà di Comunicazione Sociale Istituzionale della PUSC, decise di concentrare le sue ricerche «[...] su aspetti – come dire? – più essenziali: la credibilità, l'immagine, il bilancio sociale, il tempo... Concetti di grande valore. Non a caso c'è una frase che è diventata un leit motif delle sue lezioni, una frase che gli studenti ripetono sorri-

scendo: "Niente è gratuito". Infatti, nemmeno il tempo è gratuito, perché i media, come ben spiega il professor Nieto, lottano per ottenere il tempo che i lettori o telespettatori hanno a disposizione, un tempo che ha un grande valore per loro» (JOSÉ MARÍA LA PORTE, *Laudatio del Prof. Alfonso Nieto*, in AA.VV., *Cerimonia per il Conferimento del Dottorato Honoris Causa in Comunicazione Sociale Istituzionale a S. Em.R. Card. Camillo Ruini e al Prof. Alfonso Nieto*, Edusc, Roma 2008, p. 23).

L'eredità culturale, morale e scientifica del prof. Nieto assume oggi un valore assai prezioso, tanto più con l'attuale strapotere dei *New media* e la schizofrenia metropolitana che tali mezzi favori-

sce ed induce, in quanto invita e convince a conquistare, nell'ordinarietà dei vissuti individuali e sociali, quella «calma diligente, non pigra, che permette di contenere l'impazienza e decidere nel tempo giusto, perché la vita insegna che ciò che è 'urgente' non sempre coincide con ciò che è 'importante'» (A. NIETO, art. cit., p. 437).

Come scrive nello stesso saggio, infatti, «Il tempo è tra le poche cose che sono fruibili da tutti gli esseri umani e che noi spendiamo facendo uso della nostra libertà. È la spesa più radicale: finché si spende c'è vita, quando manca questa possibilità termina la vita sulla terra. Del tempo parlano solo i vivi, i morti restano nel ricordo».

