

ALFONSO NIETO NUEVO DOCTOR HONORIS CAUSA EN ROMA

# “Por la universidad deben circular libremente las ideas”



Alfonso Nieto, en su despacho de la Universidad de Navarra, reflexiona sobre las conductas de las empresas de la información.

JAVIER SESMA

Acaba de ser investido Doctor Honoris Causa en Roma por la Pontificia Universidad de la Santa Cruz. Fue rector de la UN (1979-1991) y a sus 75 años sigue investigando sobre el futuro del negocio de la comunicación.

**G. ASENJO**  
Pamplona

El pasado día nueve, en Roma, la Pontificia Universidad de la Santa Cruz otorgaba el reconocimiento de Doctor Honoris Causa al profesor Alfonso Nieto Tarmargo y al Cardenal Camillo Ruini, gran canciller de la Pontificia Universidad Lateranense y vicario papal en la diócesis de Roma. Más partidario de hablar de los nuevos escenarios en la industria de la comunicación que de su persona, el nuevo Honoris Causa en Comunicación Social Institucional, hace más de 30 años, cuando no se conocía el término *gurú*, era referencia en el mundo de habla hispana en materia de empresas periodísticas. En tiempos de la Hispano Olivetti reflexionaba ya sobre el poder de la prensa gratuita. Ahora, jubilado, señala que la riqueza en el negocio de la comunicación es el tiempo propiedad del ciudadano y que el periodista debe saber conquistar. “Ustedes viven del tiempo de sus lectores”, repite. Su otro tiempo, el personal y el académico, lo distribuye entre Pamplona y Roma. Ciclista en bicicleta estática al

punto de la mañana y montaño los domingos tras superar un infarto, dice que la enfermedad es parte de la vida y la vida es constante construcción. En su despacho de Pamplona un certificado de peregrino jacobeo y otro de la Hermandad de Ujué enmarcados en la pared delatan cierta condición de tipo que ajusta la biomecánica de cada paso por el mundo a un avanzar suave, constante y observador. Respondiendo a su condición de periodista y experto en empresa, circula por la conversación planteando interrogantes y cifras.

**¿Sus preguntas? ¿Hacia dónde se orientan en este momento sus principales reflexiones?**

Me pregunto quién es el dueño del poder de informar. El poder de informar se está desplazando al distribuidor. Antes el distribuidor era la persona que te dejaba el periódico en el portal. Ahora observas cuánto ha pagado Murdoch por el Wall Street Journal: 5.000 millones de dólares. ¿Cuánto está ofreciendo Microsoft por Yahoo?: 44.600 millones. Observe otra experiencia: dos norteamericanos

inventan YouTube en febrero del 2005, por decirlo de alguna manera, con un valor contable cero. En octubre del 2006 lo venden en 1.580 millones. Cien millones de rentabilidad al mes. ¿Quiénes son hoy los grandes distribuidores?: Microsoft, Google, American Online y Yahoo. ¿Dónde está hoy el poder? En el poder de distribuir, pero de distribuir también publicidad, entretenimiento y, por supuesto, información, pero con un paso más: intentamos meter al lector dentro del proceso haciéndole preguntas e invitándole a participar.

**¿Las claves del proceso de la comunicación siguen pasando hoy por los contenidos?**

Escribas con una pluma de ave o con ordenador, el contenido es la clave. Pero, amigo, las alas de ese contenido son la distribución. Sin los grandes distribuidores no llega el contenido. Pero junto a los contenidos no debemos perder de vista esa maravilla que se llama tiempo, el tiempo de las personas que leen. ¿Qué hago yo dando clase si el alumno no me regala su tiempo? El poder del ciudadano está en su tiempo que se lo regala a un distribuidor. Estamos cambiando, pero cada vez se respeta más al ciudadano porque, insisto, dependemos de su tiempo. ¿Si nadie dedica tiempo para leer el periódico en papel o a través del móvil, de qué sirve lo que hace el periodista? ¿Cómo se llama el gratuito de España que

más vende? Se llama *20 minutos* porque es el tiempo que necesitamos para ese periódico.

**A la hora de medir el prestigio social, las encuestas indican que los políticos son los peor valorados, pero los periodistas no estamos muy lejos del prestigio del político. ¿Qué falla?**

Pues a lo mejor fallan los encuestadores que solo preguntan a pseudo políticos o a ... pseudo periodistas.

**Habla de la importancia del contenido. Al periodista se le pide, cada vez más, entretener. ¿Qué panorama y qué exigencias se van a encontrar los actuales alumnos de comunicación?**

El panorama no se hace solo, siempre hay generaciones que comienzan a trazar uno nuevo. En los próximos cinco años vamos a ver un aumento de la participación de los ciudadanos en los soportes de información y en los espacios de entretenimiento. Será una especie de ‘autoserivicio’ que no debería reducir la calidad. La elaboración final de los contenidos seguirá siendo tarea de pocos que atraen la atención de muchos. Y estos muchos, ayudarán a esos pocos. **Escribió *Cartas a un Empresario*. ¿Qué mensaje trasmite hoy a los nuevos empresarios de la información?**

No abusen del tiempo de los demás. Compártanlo. Sean solidarios con el tiempo. Integren en el mercado de la comunicación el nuevo fenómeno de los contenidos generados por los usua-

DNI

**Decano y rector.** Alfonso Nieto Tarmargo (Oviedo, 1932) doctor en Derecho, titulado del IESE (Instituto de Estudios Superiores de Empresa) fue director del Instituto de Periodismo de la UN (1969-1972), decano de la Facultad de Ciencias de la Información (1972-1974), vicerrector de la UN (1977-1979) y rector (1979-1991). Fue vicedecano en la Universidad Complutense de Madrid entre 1974 y 1975. Es catedrático desde 1976.

**Distinciones.** Es Doctor Honoris Causa por la Universidad Austral (Argentina) y por la Universidad Pontificia de la Santa Cruz en Roma. Fue premiado con el Award of Honor of Journal Media Economics, en 1998. En 2002 recibió la Medalla de Oro de la Universidad de Navarra.

**Docente y autor.** Ha impartido docencia en universidades europeas, americanas y japonesas. Fue director del departamento de Empresa Informativa en la Complutense entre 1973 y 1977, y director del departamento homónimo en el campus de Pamplona a partir de 1990.

Autor de numerosos manuales, estableció en 1967 una referencia de consulta publicando *El concepto de la empresa periodística*.

PERFIL

## Relojero del futuro

Prefiere a un poeta antes que a un político. Amante de la naturaleza y excursionista, indaga los domingos en la etnografía de Navarra con la misma habilidad con la que circula por Internet o pone en marcha relojes antiguos. Es acaso esa pasión por dar vida al tiempo y su condición universitaria lo que le habilita de forma más ventajosa para dibujar el futuro. Observa los números del mercado de la comunicación y las conductas de sus alumnos brincando entre los productos tradicionales de la información, el móvil y la pantalla del PC, para augurar el cada vez mayor protagonismo de las audiencias en el tráfico de la información. Aparenta ser hombre de equilibrios y puntos medios. Afirma que sin literatura no hay periodismo y cuando se le invita a elegir entre Bardena o Quinto Real se queda con la Bardena en invierno y primavera y con el Quinto Real en otoño y verano. Ante envites más complicados entre universidad pública o privada, recuerda que ha trabajado contento en las dos. “Cuenta más la profesión -docencia e investigación- que la Universidad”, indica. Acaso por ello es partidario de la libre contratación antes que de la oposición, “pero con rigurosa selección siguiendo criterios objetivos y verificables”. Prefiere el tiempo al dinero y entre ciencia o paciencia responde que sin paciencia no hay ciencia.