

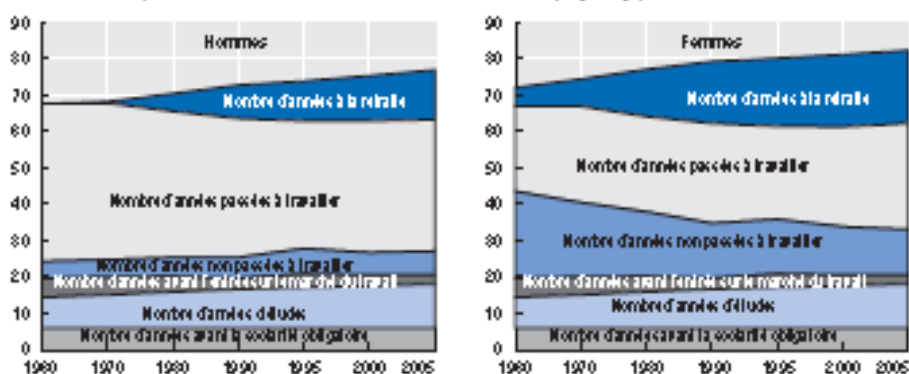
**El XI Foro Universitario de Investigación en Comunicación “Escenario actual de la investigación en comunicación: objetivos, métodos y retos”,
LA INVESTIGACIÓN DESDE LA UNIVERSIDAD: Mayores y universidad. Una oportunidad para la convergencia.**

La investigación que estamos desarrollando, parte de la confluencia de tres aproximaciones.

La primera estructural, vinculada a las mutaciones en el ciclo de la vida de las mujeres y de los hombres en las coordenadas supranacionales -europeas, occidentales...- que, aunque manteniendo ítems como la edad laboral entre 15 y 64 años y el objetivo general hacia el pleno empleo acusa transformaciones importantísimas a partir del incremento de la esperanza de vida, las jubilaciones más tempranas, la necesidad de reciclaje de la fuerza de trabajo, o el entendimiento de que la calidad de vida no solamente depende de los ingresos económicos sino de los niveles socio-culturales, del grado de autonomía en el desempeño de las actividades, o de la especificidad de las prácticas de ocio. Hace una década, el Consejo Europeo de Lisboa se fijó como objetivo estratégico para este decenio el de llegar a ser la economía del conocimiento más competitiva y dinámica del mundo capaz de un crecimiento económico sostenido acompañado de una mejora cuantitativa y cualitativa del empleo y de una mayor cohesión social. Ahora, aunque las circunstancias han ralentizado los plazos, los presupuestos han de ser similares. Las tendencias evidencian ya la mutación en los perfiles laborales, la disminución de número de años consagrados al ejercicio del empleo remunerado, el alargamiento del periodo de jubilación ligado al incremento de la esperanza de vida, desembocando, al cabo, en el importante papel que tienen los procesos edu-comunicativos tanto formales como sociales.

Si socio-económicamente el panorama se ha transformado, científicamente ha impuesto entre otras cuestiones una mirada diferente sobre sujetos considerados, hasta ahora, como insignificantes a efectos productivos: las mujeres dedicadas en exclusiva al trabajo doméstico o los mayores por ejemplo. Sobre todo teniendo en cuenta que los análisis prospectivos son mucho más homogéneos con el perfil “femenino” del gráfico con que la OCDE dibuja el reparto de actividades en la vida de las personas.

Graphique 2.2. Nombre d'années consacrées à différentes activités par les hommes et les femmes d'un pays type de l'OCDE



Source : Estimations du Secrétariat, basées sur les Perspectives de l'emploi de l'OCDE 2006.

Document de travail n° 1787, 54852, 6737374

La segunda vía de aproximación procede de nuestra experiencia en un campo de investigación relativamente reciente y comúnmente desconocido: los usos del tiempo, que si bien tienen una trayectoria más dilatada en la investigación social apenas han traspasado los umbrales de la investigación comunicativa, pese a estar ahí como una variable soterrada, invisibilizada pero consustancial al enfoque hegemónico de los

estudios y mediciones de audiencias; en un vínculo que, entre otros, ya exploró uno de los padres de nuestra disciplina, Paul Lazarsfeld¹.

Empíricamente, la consolidación de las investigaciones sobre los usos del tiempo se sitúa en la década de los sesenta, cuando los países desarrollados, en una época generalizada de crecimiento económico, materializaron una serie de prestaciones sociales, luego políticas, en la configuración del llamado Estado del Bienestar. Este modelo social y laboral ejemplificado en la coalición progreso y bienestar ha determinado la necesidad de imaginar un sistema dotado de flexibilidad para organizar los tiempos y los espacios, y minimizar las fricciones². Desde entonces se han realizado las mediciones necesarias para el diagnóstico como la *Encuesta de Empleo del Tiempo nacional 2002-2003* (EET), el análisis *Comment se répartir le temps des Européennes et des Européens?* (Eurostat, 2005)³ y últimamente *La mesure des loisirs dans les pays de l'OCDE* (OCDE, 2009).

En la fase de propuestas de racionalización, destacamos las contribuciones *Los usos del tiempo en Andalucía* (1996-1998)⁴, un estudio encargado por la Consejería de Presidencia de la Junta de Andalucía, a través del Instituto Andaluz de la Mujer, de cuyo equipo formé parte; un trabajo de campo sobre usos del tiempo y consumo de medios (Godoy, 2001) realizado por las escuelas de Periodismo y Sociología de la Pontificia Universidad Católica de Chile entre 1998 y 1999⁵, o mi aportación "Los usos del tiempo en la Sociedad de la Comunicación. Entre la racionalización y la humanización"⁶. En todos se evidencia la relación hegemónica entre tiempo libre y consumo de televisión aunque con particularidades estimulantes que dan un sentido subjetivo al término *bienestar*, vinculado a la sociabilidad o al aprendizaje

La última, y consecutiva vía, aprovecha esta oportunidad para el diseño de políticas socioeducativas en Europa orientadas a la formación que contribuyan sucesivamente al reciclaje profesional, a la mejora en la calidad de vida de la ciudadanía y, subsidiariamente, a la generación de nuevas expectativas de ocio⁷ mediante las TIC,s. Es el objetivo del Programa Grundtving. Life Long Learnig de la Unión Europea. En este bienio 2009-2011 participamos, junto a los sistemas de enseñanza superior para mayores de universidades de Francia, Italia, Hungría, Estonia y Bulgaria en la investigación comparada: ECOM+45, E-Competences and E-Communications for People Mid to Late Forties and Seniors, coordinado desde la Universidad de Málaga por el Dr. Delgado Peña.

¹ JAHODA, M.; LAZARSELD, P.; ZEISEL, H. *Marienthal: the sociology of an Unemployed Community*. Chicago: Aldine-Atherton, 1971, en RAMOS TORRES, R. *Tiempo y sociedad*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas/ Siglo XXI, 1992.

² ROMO PARRA, Carmen y VERA BALANZA, M^a Teresa "Los tiempos y espacios de vida y trabajo" en el Foro de ciudades para la conciliación. Cádiz-Huelva: FAMP, 2004

³ Eurostat reunió datos de Alemania, Bélgica, Dinamarca España, Eslovenia, Estonia, Finlandia Francia, Holanda, Hungría, Italia, Letonia, Lituania, Noruega, Polonia, Reino Unido, Rumania y Suecia. La diversidad metodológica impide la comparación pero nos permite observar un panorama hasta ahora ignorado.

⁴ RAMOS PALOMO, M^a D. (dir.) (1998) *La medida del mundo: Género y usos del tiempo en Andalucía*. Sevilla : Instituto Andaluz de la Mujer.

⁵ Una síntesis en GODOY, Sergio "Tiempo, medios de comunicación y Sociedad de la Información" en *Cuadernos de Información*, nº 14, 2001, pp. 121-131.

⁶ GARCÍA GALINDO, J.A; VASALLO DE LOPES, M.I.; VERA BALANZA, M.T. (coord) *Construir la sociedad de la comunicación*. Madrid: Tecnos, 2009, pp. 196-214

⁷ La variable nivel de estudios dibuja también el criterio esencial a la hora de valorar cualitativamente el disfrute del tiempo libre, sobre todo en el contexto de la capacidad de elección de las actividades y la decisión de con quién se comparten. Vid. ROMO y VERA (2004).

Explicitado el trayecto, nuestra meta no es otra que la contribución al desarrollo de políticas públicas de educación extensivas a colectividades ajenas, hasta ahora, al sistema formativo superior. Ello supone un enfoque social a primera vista, pero introduce una perspectiva innovadora en la medida en que proyecta los beneficios de los avances tecnológicos a grupos deficitarios en este campo y avanza en el desarrollo del e-learning a otros colectivos ciudadanos. Atiende, igualmente, a un enfoque de redistribución en la medida en que la universidad, receptora del 95% de la financiación pública, genera y reintegra conocimientos a la sociedad. Es, en suma, el sentido de la llamada Sociedad de la Información, integradora de los cambios económicos, en los usos sociales y en las mentalidades, en espacios transversales: desde la educación a la cultura, pasando por la sanidad, y también el comercio, las finanzas, o el ocio, entre otros⁸.

Más allá de esto, cuando se reconoce del acceso a la Sociedad de la Información y el Conocimiento como un derecho básico de la ciudadanía, la dotación de las herramientas técnicas y cognitivas para su utilización comprensiva y significativa ha de ser el compromiso básico para evitar nuevas dimensiones en las brechas existentes o formas remozadas de la discriminación.

1. LA DISTRIBUCIÓN DEL TIEMPO

En el estudio recién publicado por la OCDE⁹ (2009: pp.19-53) se parte de circunstancias conocidas: la disminución del número de horas de trabajo que, pese a las diferencias nacionales está en torno a las 1600 anuales -40 horas semanales-, el incremento de la esperanza de vida e, inversamente, la disminución de número de años consagrados al ejercicio del empleo remunerado, contribuyendo al alargamiento estructural del periodo de jubilación y, coyunturalmente, a la precocidad de las mujeres a retirarse del mercado laboral cuando el nivel retributivo no compensa los costes de contratación sustitutoria. En ese panorama, nos encontramos con un excedente temporal que o bien se invierte en actividades de ocio o, preferentemente, se dedica a una formación que contribuye a la mejora en la calidad de vida de su ciudadanía, creando subsidiariamente, nuevas expectativas de ocio.

En términos generales, el tiempo se reparte, de mayor a menor número de horas, en las siguientes categorías:

1. Ocio: pasatiempos, juegos, tiempo pasado ante la TV o el ordenador, jardinería, deportes, salidas con amigos o familia, participación en manifestaciones, etc.
2. Trabajo remunerado: empleos a tiempo completo y a tiempo parcial, pausas o descansos, trayectos o transportes al lugar de trabajo, tiempo pasado en la búsqueda del trabajo, en la escuela, entre la escuela y el domicilio y el trabajo remunerado a domicilio
3. Trabajo no remunerado: todas las actividades domésticas
4. Ocupaciones personales: descanso, comida y bebida, higiene, limpieza, citas médicas o peluquería.
5. Otros usos del tiempo, que incluye otras actividades no clasificadas en las anteriores.

⁸ CHAMIZO, José -Defensor del Pueblo Andaluz- *Guía de los Derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*. Sevilla: Oficina del Defensor del Pueblo Andaluz, 2007, p. 5.

⁹ "La mesure des loisirs dans les pays de l'OCDE", in *Panorama de la société 2009: les indicateurs sociaux de l'OCDE*, 2009, pp. 19-53

La distribución, sitúa los máximos en ocupaciones personales (dormir y alimentación) que ocupan más del 90% del tiempo de esa fracción. El tiempo de ocio tiene sus máximos (21.6% del total) en Noruega, Bélgica, Alemania y Finlandia; mientras que los mínimos corresponden a Japón y Francia, pero también a México y Nueva Zelanda. Paradójicamente, también las jornadas laborales más largas se ubican en Japón y México; mientras que Corea es el único país del mundo donde se reparte al 50% el tiempo de trabajo remunerado y el tiempo libre.

Los interrogantes sobre los que la investigación debe dar respuesta son varios: la cuantificación y carácter de los trabajos no remunerados, la redefinición de las categorías adyacentes que sustentan la confusión entre las ocupaciones personales y el ocio -por ejemplo, dormir o comer- que dependen más de las prácticas, de las costumbres y de las rutinas personales; así, en Francia y Nueva Zelanda se ocupa una hora más en la comida; en Turquía, por ejemplo, no se hace distinción entre servicios personales, médicos o domésticos, de la alimentación...en un claro ejemplo de sociabilidad exterior de tradición mediterránea. Mientras, en Japón o Corea se dispara el tiempo consagrado a los servicios personales, médicos y domésticos. Se trata de servicios profesionalizados que se contratan sobre todo cuando el nivel de ingresos es mayor, prescindiendo de ellos en cuando decrece el nivel de retribuciones o asignándolos de manera informal a los mayores.

Encadenadamente, este enfoque requiere una atenta mirada sobre las variables sexo y edad. En el primer caso porque hay diferencias de hasta 80 minutos diarios en el tiempo de ocio de hombres y mujeres; por ende, el empleo de ese tiempo también está segregado: ellas lo emplean en trabajo no remunerado (ayuda informal a las familias) y ellos en ver la TV. Solamente en Noruega, Nueva Zelanda y Suecia el tiempo de ocio es un poco más amplio para las mujeres, pero aclaremos el espejismo: en unos casos las compras se computan como actividad de ocio, mientras que en otros casos se vienen considerando como un trabajo no remunerado.

En segundo término urge la disponibilidad de datos longitudinales, pues aunque se siga enfocando preferentemente el ciclo laboral –en una correlación perversa entre productividad-visibilidad-ciudadanía-, son los mayores de 65 años los que disponen de mayor tiempo de ocio y los que tienen comportamientos más homogéneos. Se decantan hacia el ocio multimedia en los hogares, preferentemente la visualización de la TV (México con el 50%, Japón con el 49%, EEUU con el 45%, y Reino Unido y Polonia con el 42% del tiempo libre disponible), por delante de otras actividades como el uso de Internet o las conversaciones telefónicas. Diferencialmente, los suecos prefieren las prácticas deportivas, mientras que en Turquía (35%), Nueva Zelanda¹⁰ (24%) y Canadá (22%) prefieren visitar o recibir a los amigos.

Otro indicador más cualitativo se refiere a la satisfacción expresada con respecto a los usos, pues unas actividades son muchos más apreciadas que otras; en la experiencia estudiada a la práctica de ocio activo se añade una actividad formativa que satisface a quien la realiza y proporciona nuevas vías de desarrollo social y personal autónomas, desvinculándose tanto de los lugares de trabajo como de las obligaciones familiares. Luego, las políticas públicas, han de incidir también sobre la equidad del género, la del nivel de renta disponible, los sistemas de asistencia para infancia y mayores, las políticas educativas para la enseñanza superior; y también la fiscalidad, el régimen de prestaciones y la reglamentación del mercado de trabajo.

¹⁰ Sin embargo en Australia es solo del 3%

Y es que las personas consideran otras cuestiones a la hora de su jubilación¹¹, además de las estrictamente económicas: el trabajo doméstico, las características individuales, el estado de salud y las expectativas de vida,...que constituyen aspectos básicos de ese capital humano. Los mejores niveles educativos aseguran la optimización de ese capital y la renovación de los aspectos individuales.

2. LA RESPUESTA DE LOS MEDIOS

Ante los cambios demográficos estructurales y la evidencia de un tiempo excedente que se va incrementando (175 minutos diarios en las mujeres y 184 en los varones de la UE), los medios de comunicación han articulado distintas respuestas en su relación con esta audiencia. La primera, más obvia, es la extensiva tratando de abarcar a más audiencia mediante la multiplicación de la oferta que, como sabemos, no asegura la pluralidad. Es entonces cuando los públicos eligen de entre la oferta aquellos programas que más le interesan. Se trata principalmente de las noticias e información general; también las películas y después las telenovelas, los concursos y programas de variedades y los documentales y programas educativos. Los programas emitidos preferidos por las personas mayores son los noticiarios o informativos (28,4%), las películas (11,6%), y las telenovelas, concursos y documentales o programas educativos que rondan el porcentaje del 9% (IMSERSO, 2008). Aunque coincidan en su totalidad con la programación tradicional de la televisión generalista, hemos de tener en cuenta que se trata de gustos más diversificados que los de otras cohortes de edad, así entre los jóvenes de 16 a 24 años las preferencias están concentrados en tres tipos de programas: las comedias y series, las películas y los programas deportivos¹². Ello demuestra que el hábito de ver la televisión no tiene tanto que ver con la edad como con un perfil sociodemográfico específico; pues esta afición es superior entre las personas que viven solas, a las que se suman otros factores como el nivel educativo, la relación con la actividad, el estado de salud y la clase social de adscripción. Cualquier mutación en estos factores repercute directamente sobre la situación descrita, de ahí nuestra propuesta.

La segunda estrategia es intensiva y se basa en la segmentación de la programación, dedicando la franja horaria de la mañana a ese público efectivo. La popularidad –y últimamente la polémica- ha recaído sobre *Saber vivir*, dirigido por Manuel Torreiglesias y emitido desde 1997 a 2009, con cuotas de pantalla del 25%, retrocediendo hasta el 15% en el momento de su retirada. Sus contenidos se centraron en lo relacionado con la salud y la calidad de vida, y la divulgación sobre enfermedades, medicina natural, psicología, higiene personal, etc., en un formato consultorio, donde los espectadores preguntaban a especialistas médicos. La dietética y la nutrición con un espacio conducido la profesora de nutrición María José Rosselló y el profesor de hostelería Sergio Fernández. Y la actualidad nacional, a cargo del periodista Fernando Ónega. En el origen de esta apuesta se situó la traslación del magacín radiofónico *El club de la vida*, dirigido y presentado por Loles Díaz Aledo y emitido desde 1987 a 2007 en RNE. En las claves de su éxito se encuentra tanto la novedad de sus objetivos como el uso de un medio, la radio, más afín al target elegido. Nacido del imperativo de servicio público de la RTVE, aglutinó tanto a los oyentes mayores como a los cuidadores, los profesionales al servicio del colectivo de personas mayores, el personal técnico de la Administración local, regional y autonómica de las áreas de bienestar social, y también el amplio colectivo de trabajadores prejubilados y parados mayores. Los contenidos, lógicamente, exploraban tanto la función formativa como informativa, lúdica pero también participativa. Finiquitados ambos, existen otros

¹¹ PIEKKOLA, H. and LEIJOLA, L. (2007) "Time use and options for retirement in Europe", *Electronic International Journal of Time Use Research*, 4(1), pp.1-29.

¹² *Informe 2006. Las personas mayores en España*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, IMSERSO, 2006.

ejemplos menores en las televisiones digitales¹³, mientras que en las autonómicas y nacionales se opta, en consonancia al formato contenedor, por incluir espacios específicos para los distintos públicos.

Por último, consideramos que la programación da respuesta a estas demandas y busca la atracción y la fidelización¹⁴ de estos públicos mediante una estrategia indirecta de apelación a los destinatarios en la renovación de formatos. Generalmente, se trata de establecer un guiño de complicidad con la apelación al pasado; tanto es así que algunos especialistas ya la han denominado televisión-nostalgia¹⁵ (Gutiérrez Lozano, 2006; Rueda Laffon y Guerra Gómez, 2009). Así, RTVE inauguró el Canal Nostalgia para conmemorar el 50 aniversario de la televisión, con una programación que recuperaba –y re-amortizaba- las producciones de las últimas tres décadas una vez digitalizadas; en la ficción televisiva la relación pasado-presente se recrea como conmemoración, como analogía o como contexto¹⁶ y ahí reside el éxito de *Cuéntame como pasó* (TVE, 2001-2009) o *Amar en tiempos revueltos* (TVE, 2005-2009), que construyen un discurso sobre el pasado recreando, exclusivamente, las claves contextuales y especialmente materiales mediante la ambientación musical o el atrezzo. Es la firme apuesta de Antena 3 con *Curso del 63*, que como reality protagonizado por jóvenes copa sus preferencias, y como evocación sentimental cuenta con el interés de sus progenitores.

3. LA RESPUESTA PARTICIPATIVA

Con el potencial descrito y la profusión de contenidos, lo que ahora requiere nuestra atención es la faceta participativa. En nuestro grupo de interés, los mayores, la formación no tiene como objetivo la búsqueda de empleo, sino que se vincula con el ocio y está más cerca del desarrollo y de la satisfacción personal.

La Encuesta europea a la población adulta en las Actividades de Aprendizaje destaca que el 8 % de los individuos entre 65 y 74 años ha participado en actividades educativas durante el año anterior, y en un porcentaje que duplica el porcentaje de mujeres frente al de varones (10,5% frente al 5,1%). Se trata en su mayoría de cursos de educación no reglada (actividades educativas organizadas y sostenidas que no conducen a la obtención de un título oficial); casi el 15% continúa su formación en actividades de aprendizaje informal o autodidacta, es decir, aquellas actividades que se realizan con la intención exclusiva de aprender.

¹³ El programa de televisión "Vivir con Júbilo", producción del Grupo Júbilo Comunicación, se emite los martes, miércoles y jueves a las 13 h en Canal 7 TV o en internet a través de Libertad Digital TV.

¹⁴ EDGERTON, G. R. "Television as Historian. A Different Kind of History Altogether". In EDGERTON, G.R. & ROLLINS, P. C. *Television Histories. Shaping Collective Memory in the Media Age*. Kentucky: Kentucky University Press, 2001, pp. 1-29.

¹⁵ GUTIÉRREZ LOZANO, J. F. *La televisión en el recuerdo. La recepción de un mundo en blanco y negro en Andalucía*. Málaga: Servicio de Publicaciones de la Universidad y RTVA, 2006. RUEDA LAFFOND, J.C. y GUERRA GÓMEZ, A. (2009) Televisión y nostalgia. "The Wonder Years" y "Cuéntame cómo pasó". *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, pp. 396-409. Disponible en http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/32_831_55_Complutense/Rueda_y_Guerra.html

¹⁶ EDY, J. (1999) "Journalistic uses of collective memory", *Journal of Communications*, 49, 71-85.

Paralelamente, desde 2004, las encuestas de equipamientos muestran un incremento desde el 5,5% al 7,5% en 2007 en el uso del ordenador por parte de los mayores. También el uso de internet se ha duplicado en términos porcentuales pasando del 3,0% en 2004 al 6,4% en 2007. En este impulso se aprecian las actuaciones políticas a favor del acercamiento y fomento del uso de las nuevas tecnologías. Resta, como diagnóstica y enfoca el Plan Avanza 2 y, en nuestra comunidad, el Plan Andalucía Sociedad de la Información, la creación de contenidos¹⁷. Así el Plan De Innovación Y Modernización de Andalucía (2005-2010), dentro de la línea estratégica de igualdad socio-cultural (A.2) plantea dos objetivos. El primero, facilitar a las personas de distinta edad el acceso a la sociedad digital, mediante la creación de telecentros de acceso a Internet en bibliotecas, residencias y centros de personas mayores; el desarrollo de soportes tecnológicos para auto-aprendizaje, adaptados a cada edad; el proyecto "Aprender juntos", de Alfabetización digital conjunta de abuelos o abuelas y nietos o nietas mediante programas de ocio.

El segundo, es aun más concreto y se propone facilitar a las personas mayores dependientes la incorporación a la Sociedad de la Información, mediante el desarrollo de proyectos tecnológicos de I+D+I, para la adaptación de equipos y servicios a personas mayores dependientes con necesidad de cuidado y vigilancia, el programa especial de entrenamiento de personas mayores dependientes en el uso de las TIC; y los programas de servicios públicos para personas mayores dependientes. Con todas estas propuestas, la utilización de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana de las personas mayores supone un aumento en su calidad de vida, su salud y su autonomía.

Circunscribiéndonos a las competencias y a la acción de los sistemas de enseñanza superior, la Universidad ha valorado su papel como dinamizadora de los procesos de aprendizaje a lo largo de la vida en iniciativas que pasan por el encuentro, la formación y la participación. En el caso de la Universidad de Málaga, con la colaboración de la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social, se convoca a personas mayores de 55 años que deseen acceder a la formación y la cultura general después de la finalización de su etapa laboral o por otras circunstancias. Los estudios se organizan en dos ciclos. El primero de formación general distribuido en tres cursos; y el segundo de especialización en Historia, Filosofía, Historia del Arte, Experiencias en la literatura española, Salud Integral y Ciencias de la Naturaleza. Complementariamente, reciben cursos prácticos en Idiomas e Informática.

Como resultados cuantificables, son ya diez ediciones, la creación de la asociación AMADUMA (Asociación de mayores amigos de la Universidad de Málaga) que edita su propia publicación impresa con periodicidad trimestral, una sede social y la continuidad de su formación mediante seminarios, talleres y conferencias. Como logros intangibles, un grupo de personas autónomas, formadas y participativas.

Sólo desde estos sustentos se explican iniciativas como el web-blog *A mis 95 años* (2005-2008) escrito por María Amelia López, una gallega ganadora en 2007 del premio al Mejor Blog en Español y nominada como Mejor Proyecto de Internet, hasta las colectivas como la del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España que

¹⁷ La medida 91 de Impulso a la creación de contenidos para Internet por parte de la ciudadanía incentiva la creación de contenidos formativos y sobre el patrimonio local, tanto culturales, gastronómico, artesanal, turístico, etc y se difundirán los conocimientos y herramientas necesarios para la creación de contenidos entre la ciudadanía a través de los CAPIs. Además, se impulsará, entre otros, la creación de una enciclopedia de acceso y edición libre sobre contenidos específicos andaluces, mantenida por los propios ciudadanos ("Andalupedia") y de una "Biblioteca del Ciudadano" para la publicación de estudios rigurosos y trabajos de investigación, Plan Andalucía Sociedad de la Información, 2007-2010.

inició en 2007 dentro del Plan Avanza 2 y ligado al objetivo de creación de contenidos digitales el *Archivo de la experiencia* (<http://www.archivodelaexperiencia.es>). El site reúne 6800 testimonios de mujeres y hombres mayores de 55 años organizados temáticamente –Cultura, Sociedad, Economía, Acontecimientos y Deportes- y agrupados también en conjuntos monográficos. Tanto como piezas individuales como colectivamente poseen tanto un valor informativo como educativo.

Una vez elaborados los contenidos, la generación de conocimiento compete a las instituciones de enseñanza superior. Es la propuesta de nuestro proyecto. Tomando el nombre de un escritor danés pionero en la tradición del aprendizaje permanente, el programa sectorial Grundtvig¹⁸ tiene como meta mejorar la calidad y la dimensión europea de la educación de las personas adultas. Operativamente se trata de asegurar la calidad y el acceso a la movilidad de las personas, mejorar la cooperación entre organizaciones y facilitar el desarrollo de prácticas innovadoras -desarrollo de contenidos, servicios, pedagogías y prácticas de aprendizaje permanente innovadores y basados en las TIC- en la educación de personas adultas y su transferencia. Estratégicamente, planifica asociaciones entre organizaciones formativas, movilidad de formadores y de alumnado y redes temáticas

En el marco de la Sociedad de la Información, el programa apela al refuerzo entre el aprendizaje permanente y la cohesión social, la ciudadanía activa, el diálogo intercultural o la igualdad entre hombres y mujeres, así como el propio desarrollo personal. Ello, entendemos nosotros, pasa más adecuadamente por un uso participativo de las herramientas comunicativas que por el consumo acrítico de contenidos televisivos; en la intersección entre ambos tampoco desaprovechamos el potencial difusor de los medios en la representación de la ciudadanía europea, las lenguas, el diálogo intercultural, o la historia común de Europa, desde la integración y la diversidad.

En las líneas que aquí se exhiben, no renunciamos a seguir valorando la dimensión social de las universidades públicas con este tipo de compromisos. Como no queremos patrimonializar iniciativas invitamos también a nuestros colegas a que, desde la responsabilidad social y el compromiso intelectual, nos acompañen en este itinerario.

¹⁸ Nikolai Frederik Severin Grundtvig fue un escritor, religioso y pedagogo danés que en el siglo XIX pionero en la tradición del aprendizaje permanente. Muy en línea con los objetivos del aprendizaje a lo largo de toda la vida, su obra *Memorandum* sobre este tema sigue estando de gran actualidad. Para Grundtvig cada persona debe poder acceder en cualquier etapa de su ciclo vital a una educación de calidad que tiene que ofrecerle, además de conocimientos, educación cívica y contribuir a su desarrollo como persona.