



*Ministerio de Educación y Justicia*  
*Universidad Nacional de Rosario*

La autonomía de funcionamiento hace de la Universidad un espacio institucional donde se ponen en marcha un conjunto de fuerzas internas. Esas fuerzas se desarrollan en torno de dos elementos: el tipo y naturaleza de relación con la institución (estudiantes, docentes, graduados, investigadores, etc.) y la visión política de la propia Universidad.

Son esas fuerzas las que desarrollan también una dinámica propia de la vida universitaria, cuyos aspectos principales se formalizan en los distintos espacios de gobierno (Consejos Directivos de Facultades; Consejo Superior, etc.) de la institución.

Propender a una dirección participativa de la radio universitaria significa, primero, reconocer la legitimidad de los elementos señalados, y segundo -o como consecuencia- hacer que RADIO UNIVERSIDAD no sea el instrumento de un grupo o sector para sus fines específicos, sino una herramienta elaborada y desarrollada hacia el interés general de la Universidad, sus fines y objetivos permanentes.

Las razones precedentes -en rigor, una hipótesis operativa para el desarrollo de la programación- se complementan con el concepto de información que se procurará introducir. En este sentido, se tratará de rescatar el valor práctico de determinado tipo de información a través de distintas modalidades comunicativas (avisos publicitarios, micros, ciclos, producciones especiales).

La Universidad cuenta con sólidas y prestigiosas estructuras de investigación básica y aplicada cuyos fines, en la mayoría, están orientados a suministrar servicios de asesoría a empresas e instituciones.

El volumen de información producido por esa investigación -vasto y muy importante- es pasible de un tratamiento adecuado con vistas a un claro objetivo práctico: favorecer el encuentro entre el conjunto de descubrimientos, avances, consejos y experiencias de la investigación con los sectores productivos concretos de la sociedad, en especial, los distintos segmentos de la producción.

El concepto de información pergeñado en la línea de razonamiento precedente, no se aleja de la perspectiva que se intentará sostener en el abordaje de temas de interés cultural.

Se parte también de la premisa del valor práctico de determinada información, y, en este caso, de la inexistente oferta de comunicación al respecto.

En general, existe coincidencia en señalar que la mayoría de los medios con fines comerciales otorgan poca importancia en sus programaciones a temas de interés cultural como la conservación del medio ambiente, las costumbres del hábitat urbano, la educación sanitaria, la educación vial, los derechos de los ciudadanos, entre otros.

A nadie escapa que el tratamiento comunicativo de estos temas,