

Mais uma edição de nossa revista, um árduo trabalho de nosso conselheiro e ex-presidente Claudio Magalhães juntamente com nossa equipe de comunicação, com o objetivo de reunir textos relevantes que abordem o universo das TV's Universitárias e das TV's Públicas neste ano em que a ABTU comemora seus 16 anos de existência. Exatamente no ano em que nosso Brasil viveu, e vive, momentos de grandes mudanças e expectativas levando nossas associadas a grandes momentos de decisão, transformação e desafios. Desafios tecnológicos com a chegada definitiva da televisão digital, desafios nas programações com as múltiplas telas, desafio nos modelos de negócios e sustentabilidade, mas sempre com o propósito de levar, pelo audiovisual, mensagens de cidadania, respeito à diversidade, educação e a melhor formação para nossos futuros profissionais da comunicação.

O audiovisual é apaixonante, espaço de expressão máximo da arte da comunicação que constantemente estamos aprendendo a desenvolver, e esse desenvolvimento envolve muita pesquisa e experimentação, quase sem valorização, pois fazer audiovisual não é como uma ciência dura, exata, mas seus impactos na sociedade são imediatos e, por isso, a grande resiliência da televisão, que muitos criticam, analisam, expõe suas mazelas, mas poucos conseguem de fato definir sua resistência neste mundo novo, imediatista e multi informacional.

Prova disso é o recente estudo apresentado em agosto de 2016, na Open TV Summit em Nova York, por um estudo da CBS Vision, comandado por David Poltrack, demonstrando que investir somente em digital é um erro, entre outros motivos, porque o meio não tem a escala de alcance da televisão aberta e por isso se percebe que o investimento está voltando a ser direcionado para a TV tradicional e ainda que dados da Nielsen apresentados por Poltrack mostram que a presença da TV em regiões de difícil alcance é de 80%, contra 40% do digital.

É neste admirável mundo novo do audiovisual que a TV Universitária tem seu grande papel de protagonista, com seus jovens atores, sem pré-conceitos, sem medo de tentar, arriscar, errar, refazer. Vamos abrir mais espaço para nossos jovens, e, na medida do possível, quebrar a barreira da TV copiada, que garante seu espaço no mercado de trabalho, mas fazendo com que levem para esse mercado um sério pensamento sobre as inovações, não somente tecnológicas e de conteúdo, mas principalmente no comportamento, na ética e na comunicação cidadã.

Uma boa leitura a todos

Fernando José Garcia Moreira

Presidente da ABTU