

"El Sud del Nord"*: les coordenades culturals del sistema audiovisual australià

Stuart Cunningham i Terry Flew

■ *El debat sobre l'"excepció cultural", originat al voltant de l'OMC i de la seva política de liberalització comercial, no hauria de quedar cenyida a una oposició entre Europa i els EUA, o entre l'anglès i les altres llengües. La diversitat cultural del món audiovisual és molt més rica i més interessant. Aquest article se centra en la diversitat cultural del "món anglès", més concretament, en la diversitat cultural del sistema audiovisual australià. Austràlia és un país que aparentment té molts trets en comú amb els EUA i altres països de llengua anglesa de l'antic règim britànic, però en realitat és força diferent quan sap reelaborar les seves coordenades culturals. Aquest fet posa de relleu la complexitat i la riquesa dels sistemes audiovisuals de tot el món, inclosos els anglòfons.*

Stuart Cunningham

Director del Centre d'Aplicacions i Recerca de les Indústries Creatives, de la Universitat de Tecnologia de Queensland, a Brisbane, Austràlia

s.cunningham@qut.edu.au

Terry Flew

Professor adjunt i cap de la Facultat d'Indústries Creatives, Mitjans i Comunicació, a la Universitat de Tecnologia de Queensland, a Brisbane, Austràlia

t.flew@qut.edu.au

Estructura del sector de audiovisual australià

Els mitjans audiovisuals australians es caracteritzen per un predomini dels interessos i la lògica del sector privat i comercial, per bé que trobem una sòlida història de subvencions i regulacions estatals, i una intervenció reguladora dels mercats des de les instàncies polítiques. La radiodifusió australiana té una llarga història de "sistema dual": ràdio i televisió de servei públic i de serveis comercials, que es remunta a principis de la dècada de 1930. Aleshores, els dos sectors van rebre els noms de classe "A" i "B", segons que les expectatives d'audiència fossin "intel·lectuals" o "poc intel·lectuals", o si el seu contingut fos de programes informatius o d'entreteniment (Johnson 1988).

La televisió va néixer el 1956 d'acord amb aquesta lògica del sistema dual; la primera emissió a Austràlia va tenir lloc el 16 de setembre del 1956, coincidint amb els Jocs Olímpics de Melbourne d'aquell any. El 1956, hi havia dos canals comercials a Sydney (TCN 9 i ATN 7) i dos a Melbourne (GTV 9 i HSV 7). El servei de radiodifusió pública, l'ABC (Australian Broadcasting Commission -més tard Corporation) desenvolupava aleshores les seves activitats a Sydney i Melbourne. La cobertura televisiva es va estendre progressivament per tot Austràlia des de finals de la dècada de 1950. Les àrees més allunyades d'Austràlia, amb grans poblacions indígenes, van rebre finalment la senyal de televisió a finals de la dècada de 1980, per mitjà de BRACS (Broadcasting to Remote Aboriginal Communities Services, o Serveis de Radiodifusió a les Comunitats Aborígens Allunyades), després del llançament el 1985 del satèl·lit AUSSAT, que va permetre la connexió de la xarxa nacional de televisió.

Els mitjans australians tenen una naturalesa híbrida, barrejant estructures preses del model britànic (BBC) i del model nord-americà (comercialitat). La radiodifusió pública,

doncs, ha estat present en el sistema audiovisual australià des dels seus inicis. L'ABC es va crear seguint el model proporcionat per la BBC -l'únic punt de suport a la "creativitat" tant en els imaginaris conservadors com en els populars i innovadors de l'època. Això no obstant, ha estat un interlocutor secundari en comparació amb el sector comercial en obert, amb índexs d'audiència que gairebé arriben al 20%, front el 80% del sector comercial sumat. L'ABC es pot considerar com una expressió important del nacionalisme i la modernitat cultural, com una força viva dins d'Austràlia i com un instrument vertebrador de la ciutadania en el marc d'una "cultura comuna" de lligams espacials d'una nació geogràficament gran i disseminada. Amb tot, seria un error considerar-la com un apèndix d'"alta cultura" del sistema de radiodifusió, donat que sempre ha mirat de mantenir un equilibri entre les obligacions de servei públic i les de la popularitat d'audiència, sobretot en l'Austràlia regional on, durant molts anys, va ser l'únic proveïdor de serveis de mitjans audiovisuals (Craik 1991). Entre les altres manifestacions del nacionalisme cultural en els mitjans audiovisuals trobem les minisèries televisives històriques de la dècada de 1980, que perseguen preservar la memòria popular i potenciar el sentiment nacional de la història d'Austràlia (Cunningham 1993). També cal parlar de la política de finançament públic de pel·lícules a partir de la dècada de 1970. Ambdós casos han mirat de combinar l'èxit comercial, que és fonamental, amb la construcció d'un imaginari col·lectiu i d'una identitat nacionals (O'Regan 1996).

Els mitjans comercials australians han estat dominats per un petit nombre de dinasties familiars. D'una banda, trobem la News Corporation de Rupert Murdoch (que representa el 70% de la producció de diaris australians, és l'accionista majoritari del servei de televisió de pagament FOXTEL i controla els estudis cinematogràfics de la Fox a Sydney). I de l'altra, la Publishing and Broadcasting Limited (PBL) de la família Packer, propietària de Nine Network, que domina el sector de la televisió en obert, té participacions en una sèrie de revistes, i manté un consorci amb Microsoft, *nineMSN*, la web més visitada d'Austràlia. La titularitat de més d'un mitjà de comunicació està restringida, cosa que treu transcendència a la funció de News Corporation en la televisió en obert i impedeix que Packer es faci amb el control del grup de premsa Fairfax, tot i que, en la pràctica, les xarxes d'interconnexió entre els principals agents són,

de fet, molt àmplies (Productivity Commission 2000). Tot i les restriccions oficials sobre l'entrada de capital estranger en els mitjans de comunicació australians, tant la News Corporation (el director general de la qual, Rupert Murdoch, és oficialment ciutadà nord-americà) com el grup Can West, una multinacional canadenc que té la participació majoritària de Ten Network, han pogut exercir les seves activitats "fora de l'abast" dels controls legislatius oficials.

A aquest sistema dual consolidat s'hi han afegit nous elements significatius. L'Special Broadcasting Service (SBS), que va començar les seves emissions el 1980, es va fundar arran d'una estratègia política "descendent" per a la vertebració d'una societat multicultural. L'SBS proporciona programació en llengua no anglesa a moltes comunitats de parla no anglesa d'Austràlia, per tal de promoure la diversitat cultural en la societat australiana. Ho fa tan per mitjà d'informació sobre la immigració i el multiculturalisme, com per la subtitulació en anglès del material en llengua no anglesa. D'acord amb una interpretació àmplia de la seva Carta de servei públic, l'SBS ha resultat ser un agent innovador de programació per a una audiència culturalment diversa, i no pas un reemissor de la programació en llengua no anglesa per a les diferents comunitats immigrants. A finals de la dècada de 1990, es podria dir que l'SBS s'havia convertit en el servei de radiodifusió més dinàmic i innovador d'Austràlia. El govern també ha donat suport esporàdicament a les iniciatives "ascendents" en el sector de la radiodifusió comunitària, un suport especialment sòlid en la ràdio, però que ha tingut uns resultats molt més ambivalents en televisió (Rennie 2002). Aquesta evolució ha tingut lloc al costat d'una nova comercialització dels mitjans de comunicació, amb el naixement de la televisió de pagament el 1995, que actualment supera el 20% d'audiència (Flew i Spurgeon 2000), i la desregulació de sectors relacionats, com ara les telecomunicacions.

Els mitjans de comunicació australians i la globalització

La cultura dels mitjans de comunicació australians ha estat molt lligada als processos de globalització des dels seus inicis. La televisió comercial australiana de la primera època es caracteritzava pels alts nivells de programació importa-

da, concretament dels Estats Units; l'Informe Vincent de la televisió australiana mostra que, el 1962, el 97% de la ficció televisiva emesa per la televisió australiana s'importava dels Estats Units (Flew 1995). Arran de les regulacions sobre contingut local per a la televisió comercial, desenvolupades des de principis dels anys seixanta fins a l'actualitat, i arran també d'un canvi de preferències de l'audiència vers els continguts locals, la televisió comercial australiana és més local pel que fa al seu contingut del que ho era 30 anys enrera. La regulació sobre quotes de contingut australià estableix que un 55% de la ficció televisiva sigui de producció local. D'altra banda, la despesa en programació importada ha caigut del 55% de la despesa total en programació a finals dels anys seixanta, a un 30% a finals dels noranta (Flew i Cunningham 2001: 80). Davant d'aquest fet, Tom O'Regan ha afirmat que la cultura nacional i la globalització se superposen, competint i complementant-se una a l'altra (O'Regan 1993: 100).

Tot i que les regulacions sobre el contingut local han corregit fins a un cert punt aquest alt nivell de dependència de la importació, Austràlia es continua considerant una "cultura d'importació" o bé una cultura que està especialment oberta a la influència cultural mundial, degut a la llengua anglesa i als sòlids vincles històrics i culturals amb els Estats Units i el Regne Unit. L'anàlisi de Meaghan Morris (1988) sobre el gran èxit nacional i internacional de la pel·lícula *Crocodile Dundee* del 1986, parla d'una "convencionalitat positiva" a l'hora d'afrontar el nacionalisme cultural i l'economia mundial de la indústria cinematogràfica. Morris demostra que *Crocodile Dundee* és un exemple del dinamisme de la cultura australiana a l'hora d'aprofitar-se del seu passat colonial britànic i de la importància de la cultura nord-americana del segle XX. Així, aquesta pel·lícula exemplifica un procés de reelaboració cultural ben adaptat a les demandes de la indústria cinematogràfica mundial contemporània i al mateix temps de les demandes nacionals.

En la dècada de 1990, pel·lícules australianes com ara *Proof*, *Muriel's Wedding*, *Strictly Ballroom* i *Priscilla: Queen of the Desert* van il·lustrar una forma de cine d'"exportació" que es va inspirar en elements culturals prou diversos i eclèctics. Davant d'aquesta línia, crítics culturals com ara Graeme Turner es van preguntar què se n'havia fet d'aquell "cinema nacional" australià exponent del nacionalisme cultural de la política cinematogràfica australiana dels anys

seixanta i setanta (Turner 1994). Malgrat el gran potencial de l'exportació audiovisual, la balança comercial del sector té un desequilibri històric en favor de les importacions. El saldo del dèficit comercial cultural d'Austràlia supera els 3.200 milions de dòlars (1996-97), amb importacions de pel·lícules, programes de televisió i vídeo per un valor que triplica els ingressos per exportació.

Es pot afirmar que "quan Austràlia es va modernitzar, va deixar de ser interessant", és a dir, interessant per a una intel·lectualitat cultural internacional i una audiència antropològica (Miller 1994: 206). Dos factors van fer "interessant" Austràlia a finals del segle XIX i principis del XX: d'una banda, va ser la diferència cultural radicalment "premoderna" dels seus pobles indígenes enfront d'una cultura colonial trasplantada dels pobladors blancs, i de l'altra, la creença utòpica dels mateixos pobladors britànics que els ideals de la Il·lustració europea es podrien trasplantar a la *Terra Nullius*. Els crítics culturals marxistes com ara Andrew Milner (1991) van veure en Austràlia un cas d'estudi interessant del postmodernisme mundial, com "una colònia de població europea que tot d'una va desembarcar en aigües asiàtiques desconegudes i inexplorades per un imperi llunyà que de seguida entrà en decadència" (Milner 1991: 116). Aquestes explicacions oculten la transcendència d'una construcció nacional pròpia i el projecte de modernitat emprès a Austràlia al segle XX. A més a més, accepten massa fàcilment que Europa proporciona els models de la cultura política nacional, i que els estats de "pobladors blancs" semiperifèrics fills de la colonització són essencialment un subproducte cultural. Però sí que presten atenció a la posició distintiva d'Austràlia com un producte històric dels projectes imperials de la modernitat europea, però també geogràficament ubicada a l'Àsia Pacífic, possiblement la regió més dinàmica econòmicament del segle XXI. Ross Gibson (1992), en el llibre del qual hem extret el títol d'aquest article, descriu la naturalesa ambivalent d'Austràlia com un repetidor diametralment oposat entre Europa i Àsia, el local i el global, el "vell" i el "nou", en aquests termes evocadors:

Durant 200 anys, la terra del Sud ha estat un objecte enganyós per a Occident. Per una banda, és demostrable que Austràlia és una societat "europea", ja que disposem d'una documentació exhaustiva relativa als seus inicis i a la seva evolució colonials. Però per l'altra, com que la societat i el seu hàbitat també s'han vist (durant molt més de 200

anys) a Occident com a part d'un altre món fantàstic, la imatge d'Austràlia adopta una estranya bicefàlia. Els occidentals s'hi poden reconèixer al mateix temps que es troben atrets per una entitat exòtica i retorçada, el fantasma anomenat Austràlia. Els occidentals poden mirar al Sud i sentir-se "com a casa", però, com que la regió també ha servit per projectar les aspiracions i l'ansietat europees, Austràlia també posa en dubte els supòsits i les satisfaccions per les quals tota societat o individu se sent com a casa (Gibson 1992: x).

Potser pels seus llaços històrics i culturals amb el Regne Unit i els Estats Units i la preponderància de l'anglès, el cine i la televisió australians aporten estudis de casos importants de fins a quin punt l'èxit en els mercats internacionals de la comunicació suposa "jugar a ser americà" (Caughie 1991). Tom O'Regan (1993) ha parlat de la "doble cara" de la televisió australiana, per una banda, amb programes barats importats i subvencions creuades a la producció local en virtut d'un règim normatiu de quotes de contingut nacional per a la televisió comercial i, per l'altra, l'economia del sector que necessita formats genèrics que es puguin exportar com a programes de farciment de baix cost per a les programacions dels organismes de radiodifusió de multicanals a Europa, Àsia i Amèrica del Nord (Cunningham 1996). El sector australià de la producció televisiva ha anat adoptant proporcions mundials pel que fa a la seva orientació de vendes i inversió des de finals dels anys vuitanta. Tot i que els programes australians ja es venien als mercats internacionals abans dels vuitanta, quan *Skippy the Bush Kangaroo* era l'èxit més destacat, el model ha canviat cap a continguts de qualitat d'un pressupost molt més alt, que cada cop més barreja orígens locals i estrangers. D'altra banda, algunes companyies de producció nacionals amplien la seva base d'operacions fora d'Austràlia. Entre els productes que han tingut bons resultats figuren els drames serials (telenovel·les) com ara *Prisoner*, *Neighbours* i *Home and Away*, sèries dramàtiques de millor qualitat com ara *Water Rats*, *Murder Call* i *Blue Heelers*, sèries animades com ara *Blinky Bill*, programació infantil com ara *Bananas in Pyjamas*, i el popular format de ciència i tecnologia *Beyond 2000*. Més recentment, el documental *The Crocodile Hunter* ha aconseguit un notable èxit internacional gràcies a la seva projecció per The Discovery Channel, fins al punt que el seu presentador fornit, Steve Irwin, ha consolidat una popularitat

internacional que li ha valgut per fer una pel·lícula basada en les seves proeses i un episodi de la comèdia animada dels EUA *South Park* en què el personatge Cartman va adoptar el seu paper.

La legislació del localisme: la quota de continguts australians com a política cultural

La norma sobre continguts australians exigeix que un 55% dels programes emesos entre les 6 de la tarda i les 12 de la nit per la televisió comercial i el 50% de tots els programes emesos siguin d'origen australià. Aquesta norma de contingut local ha estat en vigor a Austràlia des del 1960, però ha evolucionat amb el temps, sobretot en la creació de quotes secundàries, basades en un sistema de punts que pondera el cost dels programes i el temps d'emissió per a la ficció de producció local, la programació infantil i els documentals. El seu objectiu principal és cultural i va destinat a "promoure la funció de la televisió comercial per desenvolupar i reflectir un sentiment australià d'identitat, caràcter i diversitat cultural" (citat a Productivity Commission 2000: 380), però també és important en termes de desenvolupament de la indústria, ja que proporciona un "terreny" per a la producció local que competeix amb material importat més barat. També és un requisit normatiu que satisfan sense més complicacions els organismes de radiodifusió comercials, tot i que de tant en tant es posa en dubte la combinació requerida dels tipus de programes. Els arguments a favor de la quota de continguts australians han centrat l'atenció en la diferència de cost entre la programació local i la importada, la seva capacitat de promoure la diversitat i la innovació en la producció televisiva local, la promoció d'una cultura nacional distintiva per mitjà d'una emissió continuada de programes amb una "imatge australiana" i la resistència a la dinàmica globalitzadora de la indústria i l'"imperialisme cultural". També s'ha considerat com un instrument de la política cultural, sobretot en els anys noranta, quan els discursos sobre política cultural van establir una relació amb els cercles acadèmics australians (Cunningham 1992; Bennett 1998; Bennett i Carter 2001). També s'ha dit que les iniciatives "pro-socials", com ara les quotes de contingut local, s'han recolzat històricament sobre un *quid pro quo*, en què els organismes de radiodifusió del moment han

rebut protecció enfront de nous competidors potencials, per mitjà de la Llei de serveis de radiodifusió del 1992, que limita l'existència de tres canals en una àrea determinada. Com a resultat d'aquesta mesura els canals de televisió de la capital van tenir uns guanys mitjans del 25-30% durant la major part dels noranta, tres vegades la mitjana de l'índex de guanys de la indústria australiana en conjunt (Flew 2002).

Des de finals dels vuitanta, s'ha analitzat de forma ininterrompuda i minuciosa la viabilitat de la quota de continguts australians. La reforma de la legislació audiovisual que va suposar la Llei de serveis de radiodifusió del 1992 va ser defensada pels economistes neoliberals, tant dins com fora del Govern. Les seves tesis afirmaven que les quotes no són gaire més que un estratègia "per fer diners" per part del sector de la producció audiovisual (vegeu Cunningham 1992, pàg. 48-52, per a una anàlisi d'aquesta argumentació). En la pràctica, es van produir pocs canvis en aquest àmbit de radiodifusió, tot i que els requisits per a la producció local en publicitat televisiva es van diluir considerablement. Més recentment, la Comissió de Productivitat, un organisme del Tresor Públic encarregat de supervisar la conformitat de l'actual legislació governamental en tota una sèrie d'àrees amb els principis de la política de competència nacional va emetre el seu parer. Segons l'Informe de la Comissió de Productivitat (2000), la Llei de Serveis de Radiodifusió havia quedat desfasada, era administrativament complexa, contrària a la política de competència i altres principis de la política pública, i una base insuficient per respondre als reptes de la digitalització, la convergència tecnològica i els nous serveis dels mitjans de comunicació. La Comissió va expressar la seva preocupació per "un historial d'acords polítics, tècnics, industrials, econòmics i socials" en la política de radiodifusió australiana, que havia deixat "un llegat del *quid pro quos* [que] ha creat un marc normatiu tancat en si mateix, no competitiu i restrictiu" (Productivity Commission 2000: 5). La creença de la Comissió que l'interès públic obtindria millors resultats reduint barreres a l'entrada de nous agents i promovent una competència de mercat més gran no ha rebut el suport del Govern conservador de Howard, però la seva crítica a l'*status quo* es continua estenent arran del fracàs de l'estratègia del govern per promoure la transició de la televisió analògica a la digital, que ha protegit en gran mesura el sector actual de les emissions en obert.

La postura normativa general australiana envers els acords comercials internacionals és ambigua en relació amb el sector audiovisual. La postura de negociació general d'Austràlia és molt favorable al GATS i la liberalització comercial, donat que els negociadors comercials australians conceben la nació com una economia petita i oberta que es beneficia dels acords comercials multilaterals que requereixen un accés més gran al mercat per part de les nacions i regions més grans i potencialment més influents. A més, la percepció negativa de la repercussió del sistema aranzelari en la producció ha ajudat a generar un consens de lliure comerç o, en altres paraules, una aliança antiproteccionista, als nivells més alts de l'esperit normatiu australià. En l'escenari mundial, Austràlia s'ha avançat en la promoció dels acords comercials multilaterals, com ara la formació del "Grup Cairns" de nacions que defensen la liberalització dels mercats agrícoles mundials. Al mateix temps, en la Ronda Uruguai de les negociacions del GATS, els representants del sector audiovisual van exercir fortes pressions perquè Austràlia eximís el sector cultural dels seus compromisos finals del GATS, donades les preocupacions que els negociadors comercials australians poguessin "compensar" polítiques com ara les quotes de contingut local amb un major accés als mercats agrícoles nord-americans. Més recentment, la decisió del Tribunal Suprem el 1998 relativa a l'acord comercial de Relacions Econòmiques més Estretes (CER) entre Austràlia i Nova Zelanda, va estimar que el material produït a Nova Zelanda s'havia de considerar "australià" a l'efecte de les quotes. Aquesta decisió va cridar l'atenció cap a la possibilitat que els objectius normatius destinats a fomentar una identitat cultural australiana poguessin ser invalidats pels objectius de la política comercial i els acords i tractats internacionals. Tot i que la repercussió de la sentència sobre la programació televisiva australiana ha estat mínima, degut a la manca d'atracció de la programació de Nova Zelanda per a les audiències australianes, els crítics creuen que les disposicions del CER són un ariet en potència per imposar la conformitat amb el GATS i altres disposicions estipulades per organismes comercials internacionals com ara l'Organització Mundial del Comerç. La postura oficial australiana és actualment molt ambigua, ja que tranquil·litza el sector audiovisual local pel que fa al manteniment de la quota de contingut australià i, en canvi, dóna suport al

programa de l'OMC i a l'Acord de Lliure Comerç amb els Estats Units.

Anem cap a una nova configuració?

El sector audiovisual australià ha mirat de proporcionar contingut als mercats interiors i de competir alhora en l'àmbit internacional. Això és un reflex d'una nació mitjana de parla anglesa que és molt permeable a les influències culturals importades i a les forces globalitzadores, que ha provat de convertir la seva vulnerabilitat potencial en capacitat competitiva per fer-se un forat en els mercats culturals mundials. La política envers els sectors del cine i la televisió ha mirat d'agermanar el desenvolupament cultural i el desenvolupament industrial, en part per mitjà de la subvenció pública i la provisió directa de serveis audiovisuals (sobretot en l'àmbit de la radiodifusió pública), però també per mitjà de mesures que estructurin l'assistència pública en formes que estan relacionades amb els objectius de la política cultural, sovint implícits i no fets públics. Això s'ha produït en un context en què el "joc principal" de la política governamental ha promogut la desregulació, la liberalització del comerç i el multilateralisme.

Tom O'Regan (2001) ha observat que aquest equilibri entre el nacional i l'internacional, i el cultural i l'industrial, va donar bons resultats als sectors audiovisuals australians fins a mitjan anys noranta, però que des d'aleshores s'ha anat desinflant. La investigació de la Comissió de Productivitat sobre la radiodifusió va cridar l'atenció sobre alguns d'aquests conflictes, ja que va treballar dins d'un paradigma coherent amb el dels sectors de coneixement i contingut a escala mundial (cf. OECD 1998). En contrast, el sector audiovisual local es basa en un paradigma de desenvolupament cultural, encara que la noció de cultura nacional australiana ha perdut nitidesa respecte el passat, posem, ara fa 30 anys. Aquests plantejaments contradictoris reflecteixen una bifurcació del sector audiovisual australià, donat que les produccions que es troben sota el control financer i creatiu estranger han constituït una proporció cada cop més gran de l'activitat de producció local, i que el finançament directe del govern federal per als organismes cinematogràfics i televisius s'ha estancat o està minvant (Flew i Cunningham 2001: 85-89). La "crisi

perpètua" (Craig 2000) de l'ABC, el buc insígnia dels organismes de radiodifusió nacionals, i el creixement de les produccions cinematogràfiques "mundials", com ara *The Matrix*, *Babe: Pig in the City*, les preseqüeles d'*Star Wars* i *Mission Impossible II*, semblen dues cares de la mateixa moneda. A més, a mesura que els discursos de les indústries creatives i la nova economia guanyen cada cop més importància en la política pública, i que es presta cada cop més atenció en el desenvolupament dels serveis i el contingut en xarxa, la retòrica de la política cultural s'anirà reduint. L'àmbit de la política cultural cada cop estarà més en els organismes de desenvolupament econòmic que en els organismes tradicionals de política artística (cf. Cunningham 2002).

L'impuls de les iniciatives de la política cultural a Austràlia sempre ha estat industrial i cultural a parts iguals, tot i que sovint ha convingut als seus partidaris de disminuir la importància de la part industrial de l'equació. A l'hora de pensar en la possible repercussió de l'OMC i, potser amb un caràcter més urgent, d'un acord de lliure comerç entre els Estats Units i Austràlia, les repercussions industrials són més tangibles que les culturals. Això es deu, en part, al fet que la naturalesa multicultural de la societat australiana tendeix a considerar la cultura australiana com una forma híbrida o una forma residual (cf. Turner 1994). Austràlia sempre ha estat integrada en els circuits econòmics, culturals i polítics mundials: la política repercuteix principalment en les condicions d'aquestes negociacions, i no pas la qüestió de fins a quin punt s'hi ha d'integrar. La repercussió de la globalització sobre les pràctiques audiovisuals a la terra del "Sud del Nord" és més sobre què es produeix, i els circuits pels quals circula aquest contingut cultural, que l'existència continuada del sector com a tal. La paradoxa de la política que es comença a entreveure és que la garantia de la regulació del contingut australià com a pedra angular de la política cultural —la protecció dels actuals organismes de radiodifusió de les noves fonts de competència— pot comportar l'estancament del sector, i que el dinamisme de la indústria audiovisual australiana pot sorgir a partir de les polítiques que arrisquen la viabilitat del sector australià obrint-se més a les forces de la globalització i la competència.

Traducció de l'anglès: Marc Alba

* El nostre títol fa un homenatge a un llibre important — *South of the West: Postcolonialism and the Narrative Construction of Australia*, de Ross Gibson (1992)— que reflecteix molts dels trets culturals distintius d'Austràlia i que mai no es lliura a la nostàlgia per una barrera aranzelària cultural o la retòrica simplista de la globalització.

Bibliografia

BENNETT, T. (1998). *Culture: A Reformer's Science*. Sydney: Allen & Unwin.

BENNETT, T.; CARTER, D. (eds.) (2001). *Culture in Australia: Policies, Publics and Programs*. Melbourne: Cambridge University Press.

CRAIG, G. (2000). «Perpetual Crisis: The Politics of Saving the ABC». *Media International Australia*, núm. 94, febrer, pàg. 105-116.

CRAIK, J. (1991). «Popular, Commercial and National Imperatives of Australian Broadcasting». *Media Information Australia*, núm. 59, febrer, pàg. 31-36.

CUNNINGHAM, S. (1992). *Framing Culture; Criticism and Policy in Australia*. Sydney: Allen & Unwin.

CUNNINGHAM, S. (1993). «Style, Form and History in the Australian Mini-Series». A: *Australian Cultural Studies: A Reader* (eds. J. Frow i M. Morris). Sydney: Allen & Unwin, pàg. 117-32.

CUNNINGHAM, S. (2002). «From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications». *Media International Australia*, núm. 102, febrer, pàg. 54-65.

CUNNINGHAM, S.; JACKA, E. (1996). *Australian Television and International Mediascapes*. Cambridge: Cambridge University Press.

FLEW, T. (1995). «Images of Nation: Economic and Cultural Aspects of Australian Content Regulations for Australian Commercial Television». A: *Public Voices, Private Interests: Australia's Media Policy*. Sydney: Allen & Unwin, pàg. 73-85.

FLEW, T. (2002). «Broadcasting and the Social Contract». A: *Global Media Policy in the New Millennium* (ed. M. Raboy). Luton: University of Luton Press, pàg. 113-150.

FLEW, T.; CUNNINGHAM, S. (2000). «De-Westernizing Australia? Media Systems and Cultural Coordinates». A: *De-Westernizing Media Studies* (eds. J. Curran i M.-J. Park). Londres: Routledge, pàg. 237-248.

FLEW, T.; CUNNINGHAM, S. (2001). «Thank You Very much and Good Luck: Media». A: *Globalisation: Australian Impacts* (ed. C. Shiel). Sydney: University of New South Wales Press, pàg. 77-96.

FLEW, T.; SPURGEON, C. (2000). «Television after Broadcasting». A: *The Australian Television Book* (eds. G. Turner

i S. Cunningham). Sydney: Allen & Unwin, pàg. 69-85.

GIBSON, R. (1992). *South of the West: Postcolonialism and the Narrative Construction of Australia*. Bloomington: Indiana University Press.

JOHNSON, L. (1988). *The Unseen Voice: A Cultural Study of Early Australian Radio*. Londres: Routledge.

MILLER, T. (1994). «When Australia became modern» (Review of National Fictions, 2a edició). *Continuum* 8, 2, pàg. 206-14.

MILNER, A. (1991). *Contemporary Cultural Theory*. Sydney: Allen & Unwin.

MORRIS, M. (1988). «Tooth and Claw: Tales of Survival and *Crocodile Dundee*». A: M. Morris. *The Pirate's Fiance: Feminism, Reading, Postmodernism*. Londres: Verso.

O'REGAN, T. (1993). *Australian Television Culture*. Sydney: Allen & Unwin.

O'REGAN, T. (1996). *Australian National Cinema*. Londres: Routledge.

O'REGAN, T. (2001). «“Knowing the Process but not the Outcomes”: Australian Cinema Faces the Millennium». A: *Culture in Australia: Policies, Publics and Programs* (eds. T. Bennett i D. Carter). Melbourne: Cambridge University Press, pàg. 18-45.

PRODUCTIVITY COMMISSION (2000). *Broadcasting: Final Report*. Canberra: Ausinfo.

RENNIE, E. (2002). «The Other Road to Media Citizenship». *Media International Australia*, núm. 103, maig, pàg. 7-13.

TURNER, G. (1994). *Making it National: Nationalism and Australian Popular Culture*. Sydney: Allen & Unwin.