

"El Sur del Norte"*: las coordenadas culturales del sistema audiovisual australiano

Stuart Cunningham y Terry Flew

■ *El debate sobre la "excepción cultural", generado en torno a la OMC y su política de liberalización comercial, no debería ceñirse a una oposición entre Europa y EEUU, o entre el inglés y las demás lenguas. La diversidad cultural del mundo audiovisual es mucho más rica e interesante. Este artículo se centra en la diversidad cultural del "mundo inglés", más concretamente en la diversidad cultural del sistema audiovisual australiano. Australia es un país que aparentemente tiene muchos rasgos comunes con EEUU y otros países de lengua inglesa del antiguo régimen británico, pero en realidad es bastante diferente cuando combina sus coordenadas culturales. Este hecho pone de relieve la complejidad y la riqueza de los sistemas audiovisuales del mundo entero, incluidos los anglófonos.*

Stuart Cunningham

Director del Centro de Aplicaciones e Investigación de las Industrias Creativas, Medios y Comunicación de la Universidad de Tecnología de Queensland, en Brisbane, Australia

s.cunningham@qut.edu.au

Terry Flew

Profesor adjunto y jefe de la Facultad de Industrias Creativas, Medios y Comunicación, en la Universidad de Tecnología de Queensland, en Brisbane, Australia

t.flew@qut.edu.au

Estructura del sector audiovisual australiano

Los medios audiovisuales se caracterizan por el predominio de los intereses y la lógica del sector privado y comercial, si bien tienen a sus espaldas una sólida historia de subvenciones y regulaciones estatales, y una intervención reguladora de los mercados desde instancias políticas. La radiodifusión australiana tiene una larga historia de "sistema dual": radio y televisión de servicio público y de servicios comerciales, que se remonta a principios de la década de 1930. Ambos sectores recibieron entonces los nombres de clase "A" y "B", según si sus expectativas de audiencia eran "intelectuales" o "poco intelectuales", o si su contenido eran programas informativos o de entretenimiento (Johnson 1988).

La televisión nació en 1956 de acuerdo con esta lógica del sistema dual; la primera emisión en Australia tuvo lugar el 16 de septiembre de 1956, coincidiendo con los Juegos Olímpicos de Melbourne del mismo año. En 1956 había dos canales comerciales en Sydney (TCN 9 y ATN 7) y otros dos en Melbourne (GTV 9 y HSV 7). El servicio de radiodifusión pública, la ABC (Australian Broadcasting Commission, más tarde Corporation) desempeñaba entonces sus actividades en Sydney y Melbourne. La cobertura televisiva se fue ampliando por todo el país desde fines de la década de 1950. Las zonas más alejadas de Australia, con grandes poblaciones indígenas, recibieron al fin la señal de televisión a fines de la década de 1980, por medio de BRACS (Broadcasting to Remote Aboriginal Communities Services, o Servicios de Radiodifusión a las Comunidades Aborígenes Alejadas), después del lanzamiento en 1985 del satélite AUSSAT, que permitió la conexión a la red nacional de televisión.

Los medios australianos tienen una naturaleza híbrida, puesto que mezclan estructuras adoptadas del modelo británico (BBC) y del norteamericano (comercialidad). La radiodifusión pública ha estado presente en el sistema

audiovisual australiano desde sus inicios. La ABC se creó siguiendo el modelo de la BBC, el único punto de apoyo a la "creatividad" tanto en los imaginarios conservadores como en los populares e innovadores de la época. No obstante, ha sido un interlocutor secundario en comparación con el sector comercial en abierto, con índices de audiencia que casi llegan al 20%, frente al 80% del sector comercial sumado. Puede considerarse que la ABC es una expresión importante del nacionalismo y la modernidad cultural, una fuerza viva dentro de Australia y un instrumento vertebrador de la ciudadanía en el marco de una "cultura común" de una nación geográficamente grande y dispersa. Sin embargo, caeríamos en un error si considerásemos que se trata de un apéndice de "alta cultura" del sistema de radiodifusión, ya que siempre ha intentado mantener un equilibrio entre las obligaciones de servicio público y las de popularidad de audiencia, sobre todo en la Australia regional donde, durante muchos años, fue el único proveedor de servicios de medios audiovisuales (Craik 1991). Entre las demás manifestaciones del nacionalismo cultural en los medios audiovisuales se encuentran las miniseries televisivas históricas de la década de 1980, cuyo objetivo era preservar la memoria popular y potenciar el sentimiento nacional de la historia de Australia (Cunningham 1993). También hay que hablar de la política de financiación pública de películas desde la década de 1970. Ambos casos han intentado compaginar el éxito comercial, que es básico, con la construcción de un imaginario colectivo y de una identidad nacionales (O'Regan 1996).

Los medios comerciales australianos han sido dominados por un pequeño número de dinastías familiares. Por un lado, la News Corporation de Rupert Murdoch, que representa el 70% de la producción de diarios australianos, es el accionista mayoritario del servicio de televisión de pago FOXTEL y controla los estudios cinematográficos de la Fox en Sydney). Por el otro, la Publishing and Broadcasting Limited (PBL) de la familia Packer, propietaria de Nine Network, que domina el sector de la televisión en abierto, tiene participaciones en varias revistas y mantiene un consorcio con Microsoft, *nineMSN*, el web más visitado de Australia. La titularidad de más de un medio de comunicación está restringida, lo cual resta trascendencia a la función de News Corporation en la televisión en abierto e impide que Packer se haga con el control del grupo de prensa Fairfax, aunque,

en la práctica, las redes de interconexión entre los principales agentes son, en realidad, muy amplias (Productivity Commission 2000). A pesar de las restricciones a la entrada de capital extranjero en los medios de comunicación australianos, tanto la News Corporation —cuyo director general es Rupert Murdoch, oficialmente ciudadano norteamericano— como el grupo Can West —una multinacional canadiense que tiene la participación mayoritaria de Ten Network— han ejercido sus actividades "fuera del alcance" de los controles legislativos oficiales.

A este sistema dual consolidado se han agregado nuevos elementos significativos. El Special Broadcasting Service (SBS), que inició sus emisiones en 1980, se fundó gracias a una estrategia política "descendente" para la vertebración de una sociedad multicultural. El SBS proporciona programación en lengua no inglesa a muchas comunidades de habla no inglesa de Australia con el fin de promover la diversidad cultural en la sociedad australiana. Lo hace tanto por medio de información sobre la inmigración y el multiculturalismo, como de la subtitulación en inglés del material en lengua no inglesa. De acuerdo con una interpretación amplia de su Carta de servicio público, el SBS ha resultado ser un agente innovador de programación para una audiencia culturalmente diversa, y no un re-emisor de la programación en lengua no inglesa para las diferentes comunidades inmigrantes. A fines de la década de 1990, se podría decir que el SBS se había convertido en el servicio de radiodifusión más dinámico e innovador de Australia. El gobierno también ha apoyado ocasionalmente iniciativas "ascendentes" en el sector de la radiodifusión comunitaria, un apoyo especialmente sólido en la radio, pero que ha cosechado resultados ambivalentes en televisión (Rennie 2002). Esta evolución ha tenido lugar al lado de una nueva comercialización de los medios de comunicación, con el nacimiento de la televisión de pago en 1995, que actualmente supera el 20% de audiencia (Flew y Spurgeon 2000), y la desregulación de sectores relacionados, como las telecomunicaciones.

Los medios de comunicación australianos y la globalización

La cultura de los medios de comunicación australianos ha tenido un vínculo muy estrecho con los procesos de

globalización desde sus inicios. La televisión comercial australiana de la primera época se caracterizaba por una gran irrupción de programas importados, concretamente de Estados Unidos; el Informe Vincent de la televisión australiana muestra que, en 1962, el 97% de la ficción televisiva emitida por la televisión australiana se importaba de Estados Unidos (Flew 1995). A raíz de las regulaciones sobre contenido local para la televisión comercial, desarrolladas desde principios de los sesenta hasta hoy, y a raíz también de un cambio de preferencias de la audiencia hacia los contenidos locales, la televisión comercial australiana es más local en cuanto a su contenido de lo que lo era 30 años atrás. La regulación sobre cuotas de contenido australiano establece que un 55% de la ficción televisiva sea de producción local. Por otro lado, el gasto en programación importada ha caído del 55% del gasto total en programación a finales de los sesenta a un 30% a finales de los noventa (Flew y Cunningham 2001: 80). Por ello, Tom O'Regan ha afirmado que la cultura nacional y la globalización se solapan, compitiendo y complementándose entre sí (O'Regan 1993: 100).

A pesar de que las regulaciones sobre el contenido local han corregido algo este exceso de dependencia de la importación, Australia se sigue considerando una "cultura de importación" o una cultura especialmente abierta a la influencia cultural mundial, debido al inglés y a los sólidos vínculos históricos y culturales con Estados Unidos y Gran Bretaña. El análisis de Meaghan Morris (1988) sobre el gran éxito nacional e internacional de la película *Crocodile Dundee* de 1986, habla de una "convencionalidad positiva" al abordar el nacionalismo cultural y la economía mundial de la industria cinematográfica. Morris demuestra que *Crocodile Dundee* es un ejemplo del dinamismo de la cultura australiana para aprovechar su pasado colonial británico y de la importancia de la cultura norteamericana del siglo XX. Esta película ejemplifica, por tanto, un proceso de reelaboración cultural adaptado a las demandas de la industria cinematográfica mundial contemporánea y, a su vez, de las demandas nacionales.

En la década de 1990, películas australianas como *Proof*, *Muriel's Wedding*, *Strictly Ballroom* y *Priscilla: Queen of the Desert* ilustraron una forma de cine de "exportación" que se inspiró en elementos culturales bastante variados y eclécticos. Ante esta línea, críticos culturales como Graeme

Turner se preguntaron qué había sido de ese "cine nacional" australiano exponente del nacionalismo cultural de la política cinematográfica australiana de los años sesenta y setenta (Turner 1994). A pesar del gran potencial de la exportación audiovisual, la balanza comercial del sector tiene un desequilibrio histórico en favor de las importaciones. El saldo del déficit comercial cultural de Australia supera los 3.200 millones de dólares (1996-97), con importaciones de películas, programas de televisión y vídeo por un valor que triplica los ingresos por exportación.

Es posible afirmar que "cuando Australia se modernizó, dejó de ser interesante", es decir, interesante para una intelectualidad cultural e internacional y una audiencia antropológica (Miller 1994: 206). Dos factores hicieron de Australia un país "interesante" a fines del siglo XIX y principios del XX: por un lado, la diferencia cultural radicalmente "premoderna" de sus pueblos indígenas frente a una cultura colonial trasplantada de los pobladores blancos, y por el otro, la creencia utópica de los propios pobladores británicos que los ideales de la Ilustración europea se podrían trasplantar a la *Terra Nullius*. Los críticos culturales marxistas como Andrew Milner (1991) vieron en Australia un caso de estudio interesante del posmodernismo mundial, como "una colonia de población europea que desembarcó de repente en aguas asiáticas desconocidas e inexploradas por un imperio lejano que enseguida entró en decadencia" (Milner 1991: 116). Estas explicaciones ocultan la trascendencia de una construcción nacional propia y el proyecto de modernidad emprendido en Australia en el siglo XX. Asimismo, aceptan con demasiada facilidad que Europa proporciona los modelos de la cultura política nacional y que los estados de "pobladores blancos" semiperiféricos hijos de la colonización son esencialmente un subproducto cultural. Pero sí que prestan atención a la posición distintiva de Australia como producto histórico de los proyectos imperiales de la modernidad europea, pero también geográficamente ubicada en Asia Pacífico, posiblemente la región más dinámica del siglo XXI. Ross Gibson (1992), de cuyo libro hemos sacado el título de este artículo, describe la naturaleza ambivalente de Australia como un repetidor diametralmente opuesto entre Europa y Asia, lo local y lo global, lo "viejo" y lo "nuevo", en estos términos evocadores:

Durante 200 años, la tierra del Sur ha sido un objeto

engañoso para Occidente. Por un lado, es demostrable que Australia es una sociedad «europea», ya que disponemos de documentación exhaustiva relativa a sus inicios y a su evolución coloniales. Pero por el otro, dado que la sociedad y su hábitat también han sido vistos (durante mucho más de 200 años) en Occidente como parte de otro mundo fantástico, la imagen de Australia adopta una extraña bicefalia. Los occidentales pueden reconocerse en ella y a su vez sentirse atraídos por una entidad exótica y retorcida, el fantasma llamado Australia. Los occidentales pueden mirar al Sur y sentirse "como en casa", pero, como la región también ha servido para proyectar las aspiraciones y la ansiedad europeas, Australia también pone en tela de juicio los supuestos y satisfacciones por los que toda sociedad o individuo se siente como en casa (Gibson 1992: x).

Sea por sus vínculos históricos y culturales con Gran Bretaña y Estados Unidos y la preponderancia del inglés, el cine y la televisión australianos aportan estudios de caso importantes sobre hasta qué punto el éxito en los mercados internacionales de la comunicación conlleva "jugar a ser americano" (Caughie 1991). Tom O'Regan (1993) habló de la "doble cara" de la televisión australiana: por un lado, programas baratos importados y subvenciones cruzadas a la producción local en virtud de un régimen normativo de cuotas de contenido nacional para la televisión comercial; y, por el otro, la economía del sector que necesita formatos genéricos que se puedan exportar como programas de relleno de bajo coste para las programaciones de los organismos de radiodifusión de multicanales en Europa, Asia y América del Norte (Cunningham 1996). El sector australiano de la producción televisiva ha ido adoptando proporciones mundiales en cuanto a su orientación de ventas e inversión desde fines de los años ochenta. A pesar de que los programas australianos ya se vendían en los mercados internacionales antes de los ochenta, cuando *Skippy the Bush Kangaroo* era el éxito más notable, el modelo ha cambiado hacia contenidos de calidad de un presupuesto mucho más alto, que cada vez más mezcla orígenes locales y extranjeros. Por otro lado, algunas compañías de producción nacionales amplían su base de operaciones fuera de Australia. Entre los productos que han tenido buenos resultados figuran los dramas seriales o telenovelas (*Prisoner*, *Neighbours* y *Home and Away*), series dramáticas de mejor calidad (*Water Rats*, *Murder Call* y *Blue Heelers*), series animadas (*Blinky Bill*), programación infantil (*Bananas in Pyjamas*) y el popular formato de ciencia y tecnología *Beyond 2000*. Más reciente-

mente, el documental *The Crocodile Hunter* ha logrado un notable éxito gracias a su proyección por The Discovery Channel, hasta el extremo que su fornido presentador, Steve Irwin, ha consolidado una popularidad internacional que le ha servido para hacer una película basada en sus proezas y un episodio de la comedia animada de EEUU *South Park* cuyo personaje Cartman adoptó su papel.

La legislación del localismo: la cuota de contenidos australianos como política cultural

La norma sobre contenidos australianos exige que un 55% de los programas emitidos entre las 6 de la tarde y las 12 de la noche por la televisión comercial y el 50% de todos los programas emitidos sean de origen australiano. Esta norma de contenido local ha estado en vigor en Australia desde 1960, pero ha evolucionado con el tiempo, sobre todo en la creación de cuotas secundarias, basadas en un sistema de puntos que pondera el coste de los programas y el tiempo de emisión para la ficción de producción local, la programación infantil y los documentales. Su principal objetivo es cultural y está destinado a "promover la función de la televisión comercial para desarrollar y reflejar un sentimiento australiano de identidad, carácter y diversidad cultural" (citado en Productivity Commission 2000: 380), pero también es importante en términos de desarrollo de la industria, ya que proporciona un "terreno" para la producción local que compite con material importado más barato. También es un requisito normativo que satisfacen sin más complicaciones los organismos de radiodifusión comerciales, aunque de vez en cuando se cuestiona la combinación requerida de los tipos de programas. Los argumentos a favor de la cuota de contenidos australianos han centrado la atención en la diferencia de coste entre la programación local y la importada, su capacidad de promover la diversidad y la innovación en la producción televisiva local, la promoción de una cultura nacional distintiva por medio de una emisión continuada de programas con una "imagen australiana" y la resistencia a la dinámica globalizadora de la industria y el "imperialismo cultural". También se ha considerado como un instrumento de la política cultural, sobre todo en los años noventa, cuando los discursos sobre política cultural establecieron una relación con los círculos académicos australianos (Cunningham 1992; Bennett 1998; Bennett y Carter 2001). También se ha dicho que las iniciativas "pro-sociales",

como las cuotas de contenido local, se han apoyado históricamente sobre un *quid pro quo* que ha protegido a los organismos de radiodifusión del momento frente a nuevos competidores potenciales, mediante la Ley de Servicios de Radiodifusión de 1992, que limita la existencia de tres canales en un área determinada. Esta medida comportó que los canales de televisión de la capital obtuvieran unas ganancias medias del 25-30% durante la mayor parte de los noventa, tres veces la media del índice de ganancias de la industria australiana en conjunto (Flew 2002).

Desde fines de los ochenta, se ha analizado ininterrumpida y minuciosamente la viabilidad de la cuota de contenidos australianos. La reforma de la legislación audiovisual que supuso la Ley de Servicios de Radiodifusión de 1992 fue defendida por los economistas neoliberales, tanto dentro como fuera del Gobierno. Sus tesis afirmaban que las cuotas no son mucho más que una estrategia "para sacar dinero" por parte del sector de la producción audiovisual (véase Cunningham 1992, pp. 48-52, para un análisis de esta argumentación). En la práctica, se produjeron pocos cambios en este ámbito de radiodifusión, a pesar de que los requisitos para la producción local en publicidad televisiva se diluyeron considerablemente. Más recientemente dio su opinión la Comisión de Productividad, un organismo del Tesoro Público encargado de supervisar la conformidad de la actual legislación gubernamental en una serie de áreas con los principios de la política de competencia nacional. Según el Informe de la Comisión de Productividad (2000), la Ley de Servicios de Radiodifusión había quedado desfasada, era administrativamente compleja, contraria a la política de competencia y otros principios de la política pública, y una base insuficiente para dar respuesta a los retos de la digitalización, la convergencia tecnológica y los nuevos servicios de los medios de comunicación. La Comisión expresó su preocupación por "un historial de acuerdos políticos, técnicos, industriales, económicos y sociales" en la política de radiodifusión australiana, que había dejado "un legado de *quid pro quos* [que] ha creado un marco legislativo encerrado en sí mismo, carente de competitividad y restrictivo" (Productivity Commission 2000: 5). La creencia de la Comisión que el interés público obtendría mejores resultados reduciendo barreras a la entrada de nuevos agentes y promoviendo una mayor competencia de mercado no ha recibido el apoyo del Gobierno conservador de Howard, pero su crítica al *status quo* sigue extendiéndose a raíz del fracaso de la estrategia del gobierno para promover la transición de la

televisión analógica a la digital, que ha protegido en gran medida el sector actual de las emisiones en abierto.

La postura normativa general australiana hacia los acuerdos comerciales internacionales es ambigua en relación con el sector audiovisual. La postura de negociación general de Australia es muy favorable al GATS y la liberalización comercial, dado que los negociadores comerciales australianos conciben la nación como una economía pequeña y abierta que se beneficia de los acuerdos comerciales multilaterales que requieren un mayor acceso al mercado por parte de las naciones y regiones más grandes y potencialmente más influyentes. Asimismo, la percepción negativa de la repercusión del sistema arancelario en la producción ha ayudado a generar un consenso de libre comercio o, en otras palabras, una alianza antiproteccionista, a los niveles más altos del espíritu normativo australiano. En el escenario mundial, Australia se ha adelantado en la promoción de los acuerdos comerciales multilaterales, como la formación del "Grupo Cairns" de naciones que defienden la liberalización de los mercados agrícolas mundiales. Al mismo tiempo, en la Ronda de Uruguay de las negociaciones del GATS, los representantes del sector audiovisual ejercieron fuertes presiones para que Australia exonerase al sector cultural de sus compromisos finales del GATS, dadas las preocupaciones de que los negociadores comerciales australianos pudiesen "compensar" políticas como las de cuotas de contenido local con un mayor acceso a los mercados agrícolas norteamericanos. Más recientemente, la decisión del Tribunal Supremo de 1998 relativa al acuerdo comercial de Relaciones Económicas más Estrechadas (CER) entre Australia y Nueva Zelanda, estimó que el material producido en Nueva Zelanda debía considerarse "australiano" al efecto de las cuotas. Esta decisión llamó la atención hacia la posibilidad de que los objetivos normativos destinados a fomentar una identidad cultural australiana fueran invalidados por los objetivos de la política comercial y los acuerdos y tratados internacionales. Pese a que la repercusión de la sentencia sobre la programación televisiva australiana ha sido mínima, debido al escaso atractivo de la programación de Nueva Zelanda para las audiencias australianas, los críticos creen que las disposiciones del CER son un ariete en potencia para imponer la conformidad con el GATS y otras disposiciones estipuladas por organismos comerciales internacionales, como la Organización Mundial del Comercio. La postura oficial australiana es hoy por hoy muy ambigua: por un lado tranquiliza al sector audiovisual local en relación con el

mantenimiento de la cuota de contenido australiano y, por el otro, apoya el programa de la OMC y el Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos.

¿Hacia una nueva configuración?

El sector audiovisual australiano ha intentado proporcionar contenido a los mercados interiores y competir al mismo tiempo en el ámbito internacional. Esta manera de proceder es un reflejo de una nación mediana de habla inglesa que es muy permeable a las influencias culturales importadas y a las fuerzas globalizadoras, y que ha tratado de convertir su vulnerabilidad potencial en capacidad competitiva para hacerse un hueco en los mercados culturales mundiales. La política concerniente a los sectores del cine y la televisión ha intentado hermanar el desarrollo cultural y el desarrollo industrial, en parte mediante la subvención política y la provisión directa de servicios audiovisuales (sobre todo en el ámbito de la radiodifusión pública), pero también por medio de medidas que estructuran la asistencia pública en formas que están relacionadas con los objetivos de la política cultural, a menudo implícitos y no hechos públicos. Ello se ha producido en un contexto en que el «juego principal» de la política gubernamental ha promovido la desregulación, la liberación del comercio y el multilateralismo.

Tom O'Regan (2001) ha observado que este equilibrio entre lo nacional y lo internacional, y lo cultural y lo industrial, dio buenos resultados a los sectores audiovisuales australianos hasta mediados de los noventa, pero que desde entonces se ha ido deshachando. La investigación de la Comisión de Productividad sobre la radiodifusión llamó la atención sobre algunos de estos conflictos, ya que trabajó dentro de un paradigma coherente con el de los sectores de conocimiento y contenido a escala mundial (cf. OECD 1998). En cambio, el sector audiovisual local se basa en un paradigma de desarrollo cultural, aunque la noción de cultura nacional australiana ha perdido nitidez respecto al pasado, pongamos, hace 30 años. Estos planteamientos contradictorios reflejan una bifurcación del sector audiovisual australiano, dado que las producciones que se hallan bajo el control financiero y creativo extranjero han constituido una proporción cada vez más grande de la actividad de producción local, y que la financiación directa del gobierno federal para los organismos cinematográficos y televisivos se ha estancado o está disminuyendo (Flew y Cunningham 2001: 85-89). La "crisis perpetua" (Craig 2000)

de la ABC, el buque insignia de los organismos de radiodifusión nacionales, y el crecimiento de las producciones cinematográficas "mundiales" (*The Matrix*, *Babe: Pig in the City*, las presecuelas de *Star Wars* y *Mission Impossible II*), parecen dos caras de la misma moneda. Además, a medida que los discursos de las industrias creativas vayan ganando importancia en la política pública y que se preste mayor atención al desarrollo de los servicios y el contenido en red, la retórica de la política cultural se irá reduciendo. El ámbito de la política cultural estará cada vez más en los organismos de desarrollo económico en lugar de los organismos tradicionales de la política artística (cf. Cunningham 2002).

El impulso de las iniciativas de la política cultural en Australia siempre ha sido industrial y cultural a partes iguales, aunque a menudo ha convencido a sus partidarios de restar importancia a la parte industrial de la ecuación. Al pensar en la posible repercusión de la OMC y, quizás con un carácter más urgente, de un acuerdo entre Estados Unidos y Australia, las repercusiones industriales son más tangibles que las culturales. Ello se debe, en parte, al hecho que la naturaleza multicultural de la sociedad australiana tiende a considerar la cultura australiana como una forma híbrida o una forma residual (cf. Turner 1994). Australia siempre ha estado integrada en los circuitos económicos, culturales y políticos mundiales: la política repercute principalmente en las condiciones de estas negociaciones y no en la cuestión de hasta qué punto debe integrarse en ellos. La repercusión de la globalización sobre las prácticas audiovisuales en la tierra del "Sur del Norte" es más sobre qué se produce, y los circuitos por los cuales circula este contenido cultural, que la existencia continuada del sector como tal. La paradoja de la política que se empieza a entrever es que la garantía de la regulación del contenido australiano como piedra angular de la política cultural —la protección de los actuales organismos de radiodifusión de las nuevas fuentes de competencia— puede provocar el estancamiento del sector y que el dinamismo de la industria audiovisual australiana puede surgir de las políticas que arriesgan la viabilidad del sector australiano abriéndose más a las fuerzas de la globalización y la competencia.

Traducción del inglés: Marc Alba

* Nuestro título rinde homenaje a un libro importante — *South of the West: Postcolonialism and the Narrative Construction of Australia*, de Ross Gibson (1992)— que refleja muchos de los rasgos culturales distintivos de Australia y nunca se entrega a la nostalgia por una barrera arancelaria cultural o la retórica simplista de la globalización.

Bibliografía

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*, nº 94, febrero, pág. 105-116.

CRAIK, J. (1991). "Popular, Commercial and National Imperatives of Australian Broadcasting". *Media Information Australia*, nº 59, febrero, pág. 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". En: *Australian Cultural Studies: En Reader* (eds. J. Frow i M. Morris). Sydney: Allen & Unwin, pág. 117-32.

CUNNINGHAM, S. (2002). "From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry and Policy Implications". En: *Media International Australia*, nº 102, febrero, pág. 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". En *Public Voices, Private Interests: Australia's Media Policy*. Sydney: Allen & Unwin, pág. 73-85.

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

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

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

FLEW, T.; SPURGEON, C. (2000). "Television after Broadcasting". En: *The Australian Television Book* (eds. G. Turner i S. Cunningham). Sydney: Allen & Unwin, pág. 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 edición). *Continuum* 8, 2, pág. 206-14.

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

MORRIS, M. (1988). "Tooth and Claw: Tales of Survival and *Crocodile Dundee*". En 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». En: *Culture in Australia: Policies, Publics and Programs* (eds. T. Bennett y D. Carter). Melbourne: Cambridge University Press, pág. 18-45.

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

RENNIE, E. (2002). "The Other Road to Media Citizenship". *Media International Australia*, nº 103, mayo, pág. 7-13.

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