

Treball de fi de grau

Títol

Autor/a

Tutor/a

Departament

Grau

Tipus de TFG

Data

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Castellà:

Anglès:

Autor/a:

Tutor/a:

Curs:

Grau:

Paraules clau (mínim 3)

Català:

Castellà:

Anglès:

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Castellà:

Anglès:

A la meva família.

Índex

1. INTRODUCCIÓ	4
1.1. Metodologia	5
Objecte d'estudi	
Justificació de la recerca	
Objectiu de la recerca	
Objectius específics	
2. MARC TEÒRIC	7
2.1. El servei públic de radiodifusió en països democràtics	7
2.1.1. De l'esperit col·lectivista al neoliberalisme	
2.1.2. Què entenem per servei públic?	
2.1.3. La legitimitat del servei públic	
2.2. Sobre el valor democràtic del pluralisme, la multiculturalitat, les minories i la identitat cultural	10
2.2.1. Multiculturalitat i pluralisme	
2.2.2. La identitat cultural	
2.3. Sistemes de radiodifusió	13
2.3.1. Model monopolísitc governamental	
2.3.2. Model de servei públic	
2.3.3. Model privat	
2.3.4. Model mixt	
3. ANÀLISI: L'ESCENARI PÚBLIC DE RADIODIFUSIÓ AUSTRALIÀ EN TERMES MULTICULTURALS	16
3.1. Context històric	16

3.2. Història de la radiodifusió australiana	18
El servei públic de radiodifusió	
El servei privat de radiodifusió	
3.3. Regulació i autoritats reguladores	23
Australian Communications and Media Authority (ACMA)	
Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)	
3.4. Anàlisi de l'SBS, un servei públic multicultural	26
L'Special Broadcasting Service	
3.4.1. Estructura organitzacional i equip directiu	
3.4.2. Finançament	
3.4.3. Polítiques de personal	
3.4.4. Independència editorial	
3.4.5. Programació	
3.4.6. Difusió i recepció	
4. CONCLUSIONS	35
5. BIBLIOGRAFIA	36
6. ANNEXOS	41
Metodologia de les entrevistes	
Mostra	
Perfil dels entrevistats	
Model d'entrevista	
Entrevista a Fiona Martin	
Entrevista a Terry Flew	
Cronologia del personal i estructura organitzacional	
Taula finançament	
Procedència del contingut	

1. INTRODUCCIÓ

A Austràlia, un de cada quatre persones ha nascut a fora del país, segons el cens de 2011. A més, un 44% de la població resident assegura que ha nascut fora, i sinó ells, un dels seus familiars. Aquest aspecte, nodreix clarament la societat australiana d'una varietat cultural, ètnica, lingüística i religiosa extraordinària. De fet, hi conviu gent provinent de al voltant 200 països diferents, sobretot d'Europa, Àfrica i l'Orient Mitjà.

Si al fet anterior, li sumem la dificultat intrínseca del territori alhora posar en comú les diferents cultures per a que comparteixin les seves experiències, la funció dels mitjans de comunicació es torna més rellevant que mai.

L'audiovisual australià gaudeix de dos operadors públics, l'ABC (Australian Broadcasting Corporation) és la major corporació australiana de les dos que existeixen en relació al servei públic de radiodifusió. La germana petita de la corporació nacional, però no menys important, és l'Special Broadcasting Service o SBS, nascuda al 1978.

En la següent recerca, posem el punt de mira sobre la multiculturalitat i els serveis públics de radiodifusió, en especial parlem sobre l'SBS. Aquest, és un mitjà de servei públic que va ser fundat amb l'esperança de que tots els australians, independentment de la geografia, edat, origen cultural o idioma tinguessin accés a un contingut de qualitat, independent i rellevant culturalment.

D'aquesta manera, per tal de diagnosticar l'estat actual d'aquest operador, es realitzarà un seguiment de la seva estructura durant cinc anys, a més d'un repàs documental.

1.1. Metodologia

Objecte d'estudi:

L'objecte d'estudi és el cas de l'operador públic australià Special Broadcasting Service, l'únic en tot el món caracteritzat per difondre contingut multicultural i multilingüe.

Justificació de la recerca:

La societat australiana, on una de cada quatre persones ha nascut fora de la Commonwealth, està caracteritzada per tenir una població notablement dispersa. Un motiu de pes, no només per valorar positivament l'existència de l'Special Broadcasting Service, sinó també el fet de gaudir d'una institució pública encarregada de reconèixer i reforçar la identitat i les llengües d'un territori.

D'aquesta manera, la motivació d'aquesta recerca és basa en l'interès de conèixer com treballa una institució cultural amb més de 40 anys de recorregut, la qual clarament contribueix a enfortir la democràcia i una societat culturalment diversa.

Objectiu de la recerca:

L'objectiu principal, per tal de conèixer el funcionament d'aquest operador públic, és elaborar un anàlisi del estat actual del servei multicultural australià a través d'un seguiment durant un període de cinc anys. I, a partir d'aquí, reflexionar sobre la rellevància d'aquest servei públic de radiodifusió sobre un terreny multicultural.

Objectius específics:

1. Identificar les característiques de la radiodifusió pública en les societats democràtiques, en especial el cas europeu.
2. Diagnosticar l'estat actual de l'Special Broadcasting Service, un operador públic en un territori multi ètnic, i el seu escenari.

Per donar resposta als objectius plantejats anteriorment, s'ha dissenyat una metodologia que contempla la combinació de fonts primàries i secundàries.

1. Repàs bibliogràfic i documental de fonts acadèmiques i governamentals disponibles de la matèria sobre el servei públic audiovisual.

2. Seguiment de l'estructura de l'Special Broadcasting Service durant cinc anys (des del 2010 fins el 2015), segons el criteri que fan servir els autors del llibre 'Divided they fall: public service broadcasting in multi-ethnic states', Basic-Hrvatin, S., Thompson, M., Jusic, T. (2008).
3. Consulta amb especialistes sobre el cas de l'operador públic australià: la Doctora Fiona Martin (The University of Sydney) i el professor Terry Flew (Queensland University of Technology).
4. Assistència a la conferència: 'Mites i realitats sobre els mitjans de servei públic a Europa' desenvolupada per Roberto Suárez Candel (cap del Media Intelligence Service (MIS) de l'Unió Europea de Radiodifusió (European Broadcasting Union, EBU) en col·laboració amb el Col·legi de Periodistes de Catalunya.

2. MARC TEÒRIC

2.1. El servei públic de radiodifusió en països democràtics

2.1.1. De l'esperit col·lectivista al neoliberalisme

L'esperança de pau i cohesió que regnava a finals dels anys 50, en l'Europa Occidental, fomentava un criteri sociopolític que va deixar en segon terme les preocupacions econòmiques i estratègiques nacionals, en referència a les polítiques de comunicació (Van Cuilenburg y McQuail, 2003: 14). És a dir, l'esperit col·lectivista va impregnar els fonaments del que ara coneixem com a radiodifusió pública.

D'aquesta manera, les emissions televisives iniciades als anys 30 a Europa, les quals van ser frenades per la crua Segona Guerra Mundial, van reprendre la seva activitat; com quan després d'un hivern gèlid, arriben els primers brots verds que anuncien una primavera serena. Arran d'aquest fet, molts acadèmics assenyalen el naixement dels operadors de televisió europeus una mica més endavant, cap als anys 40 i 50 (Ojer Goñi, 2009: 17).

A partir d'aquí, per tal d'assegurar l'existència d'un servei universal i de qualitat de radiodifusió, dins un espectre de freqüències finit, cada govern va intervenir en la gestió dels operadors. D'aquesta manera, "els governs europeus creien que els monopolis establerts a cada país eren la millor salvaguarda per a la qualitat del servei de televisió i del pluralisme de la informació" (Sánchez-Tabernero, en Ojer Goñi, 2009: 18).

Des de llavors, la supremacia dels monopolis de servei públic de radiodifusió va gaudir de trenta anys seguits d'alts percentatges d'audiència. Durant aquesta època daurada van arribar a controlar el 50% de l'audiència, una xifra que mai va poder recuperar arran de l'aparició d'un escenari força competitiu que va comptar amb la proliferació de nous canals de televisió gestionats per empreses privades.

A mitjans dels anys 1990, el procés de desregulació dels monopolis es va reforçar d'acord amb la confluència de determinats factors polítics (liberalització del sector), econòmics (noves idees de mercat i inversions), ideològics, tecnològics (el desenvolupament del cable i el satèl·lit) i comunicatius (demanda de noves opcions televisives) (Ojer Goñi, 2009: 18-19).

A principis del segle XXI, les plataformes del nou multimèdia representen un altre repte pels organismes públics de radiodifusió. A més, la legitimitat dels serveis públics és qüestionada per interessos polítics i econòmics. D'aquesta manera, els operadors públics es troben envoltats d'una competició creixent per part dels mitjans comercials, a partir de la incipient concentració de mitjans i les dificultats financeres que enfronten els mitjans de servei públic. Aquests factors, juntament amb la resistència al canvi per part del marc polític i regulador de cada territori, deixen el servei públic gairebé incapacitat i llavors les seves funcions no es realitzen adequadament.

2.1.2. Què entenem per servei públic?

Els primers intents definitoris dels mitjans de servei públic no van ser fàcils. Trobar una descripció unívoca i que pugui identificar el conjunt d'estats europeus, els quals es caracteritzen per la seva universalitat i internacionalitat, va ser un repte memorable. La mateixa UNESCO, assenyala que no existeix un únic model de servei públic de radiodifusió.

A mode introductori, podem dir que aquests organismes públics són de valor democràtic reconegut i sense motivació de negoci ja que prioritzen els interessos ciutadans i democràtics davant dels monetaris, al contrari dels mitjans comercials. D'aquesta manera, tal i com assenyala Bardoel “funcionen amb independència tant del mercat com de l'estat” i tenen unes funcions per complir (Bardoel, 2008: 1).

Per tal d'aprofundir en l'anterior concepte, moltes comissions i entitats van optar per justificar i definir les funcions que desenvolupen els operadors públics. De fet, segons el manual de bones pràctiques de la UNESCO, les funcions del servei públic es consideren cabdals pel correcte desenvolupament del seu rol i són les següents: la universalitat, la diversitat, la independència i la diferenciació (UNESCO, 2006: 30-32).

Per la seva banda, Bardoel menciona que, en relació a les funcions dels operadors públics, en podem trobar semblances entre els operadors d'arreu d'occident. L'acadèmic, a més d'assenyalar la universalitat i el pluralisme, identifica altres funcions com la de “consciència de cultura nacional, de la llengua i de la identitat” (Bardoel, 2008: 2).

Per sort, la funció del servei públic no ha minvat. Però en la darrera dècada, la manera tradicional d'entendre els mitjans de servei públic no és la mateixa i és totalment

insuficient. Per aquest motiu les corrents acadèmiques més rellevants desenvolupen i revisen una nova manera de comprendre el servei públic.

El concepte de mitjans de servei públic, a més, es troba en un moment de canvi i transmutació. Una de les causes principals d'aquest fet és l'aparició de nous hàbits de consum de la societat, juntament amb la concentració dels mitjans privats i les dificultats financeres dels mitjans públics.

Aquests factors, ara per ara, plantegen un repte igualable a l'erosió dels monopolis europeus al voltant dels anys 90. A més, segons assenyala Jakubowicz, “pràcticament tot el context social, mediàtic i tecnològic en el que va néixer la transmissió de servei públic ha canviat fonamentalment des de llavors” degut sens dubte a la revolució digital (Jakubowicz, 2010: 222).

En relació a aquest tema, Bardoel afegeix que aquest nou context que afecta els mitjans de servei públic està acompanyat d'una “crítica constant a gairebé cada aspecte que engloba la seva activitat: la seva missió i realització, la seva programació, organització, control, finançament i cost (Bardoel, 2008: 2).

Una altra manera d'entendre els mitjans públics és la de Jakubowicz o Bustamante, els quals descriuen els mitjans com una eina que s'ha de convertir en una plataforma per garantir una comunicació social oberta (Jakubowicz, 2010: 237).

Per acabar, és idoni reiterar en que als mitjans de servei públic els hi recau la responsabilitat de promoure la diversitat cultural i donar rellevància a la cohesió i integració social de manera que el pluralisme i la diversitat cultural hi estiguin garantides (Jakubowicz, 2010: 225).

Ara més que mai la raó de ser dels mitjans públics “descansa en l'oferta de programació de qualitat i en l'establiment de l'estàndard així com donar servei com a referent dels ciutadans davant el nou flux d'informació” (Bardoel, 2008: 5).

2.1.3. La legitimitat del servei públic

Els processos de desregulació i les polítiques neoliberals dels anys 90 van ser un cop decisiu en el futur dels mitjans de servei públic. Poc després, la digitalització i l'alliberament de l'espectre radioelèctric van obligar els operadors públics a revisar els seus principis fundacionals, un desafiament acompanyat per una crisi de legitimitat que

encara avui dia colpeja amb força els operadors públics (Bonet, Fernández-Quijada, Suárez Candel, Arboledas, 2013).

L'anomenat debat sobre la legitimitat el lideren les pressions continuades exercides pels actors privats cap als operadors públics. Un aspecte que afecta, en diferents graus, a gairebé tots els estats membres de la Unió Europea. I, l'audiovisual espanyol, no és pas l'excepció. Al 1992, es va presentar a Brussel·les la primera denúncia contra una cadena pública a l'Estat Espanyol. Segons deixa constància un article del diari El País¹, el canal privat Telecinco va emetre una "queixa formal contra RTVE per les ajudes que rebia del estat i de la garantia il·limitada de la que gaudia". A partir d'aquí, les progressives queixes cap als mitjans públics europeus van conduir a uns anys "especialment intensos pel que fa al debat sobre la legitimitat del servei públic i el seu finançament" (Llorens Maluquer, en Bonet, Fernández-Quijada, Suárez Candel, Arboledas, 2013: 3).

Aquest fet, també va afectar profundament la seva legitimitat, ja que la inicial justificació tecnològica de l'escassetat de freqüències va perdre prioritat amb l'aparició de les noves plataformes. "Recordem que el pilar tecnològic sobre el qual descansava la legitimitat del servei públic de radiodifusió era l'escassetat de freqüències, però la digitalització i el propi corrent de liberalització de l'espectre l'han obligat a revisar un dels seus principis fundacionals" (Bonet, Fernández-Quijada, Suárez Candel, Arboledas, 2013: 5). És a dir, en situació d'escassetat de canals per a la radiodifusió, on la intervenció governamental va ser considerada inevitable, no va ser necessari justificar la legitimitat del servei públic. En canvi, avui dia, la legitimitat del servei públic, la seva estructura i servei queden qüestionades.

2.2 Sobre el valor democràtic del pluralisme, la multiculturalitat i la identitat cultural

2.2.1. Multiculturalitat i pluralisme

La definició més estesa de multiculturalitat és aquella que admet l'existència simultània de grups culturals diferents i que a més, comparteixen el mateix espai. Es troben dins d'un determinat territori, ja sigui local, regional, un estat nació o internacional.

¹ El País. Las televisiones privadas acusan a las públicas de competencia desleal. 2004. http://elpais.com/diario/2004/03/30/sociedad/1080597610_850215.html

Aquesta descripció no s'allunya gaire de la que fem servir per referir-nos al pluralisme cultural, ja que al igual que la multiculturalitat, reconeix les diferents cultures i la convivència d'aquestes dins un àmbit determinat, segons la branca antropològica del coneixement. Tot i que, en aquest grau són conceptes similars, quan en profunditzem els podem catalogar de manera diferenciada.

El terme de multiculturalitat, en termes generals, coneix els seus inicis amb el desenvolupament de moviments socials i culturals, que van a parèixer al Canadà i a Austràlia al voltant dels anys 70 (Parekh, en Barabas, 2014: 2). I en concret, segons Barbas, alhora de determinar en quin moment el terme de multiculturalitat va prendre forma pren la paraula d'Azurmendi, el qual determina que “el terme va ser encunyat pel govern anglòfon canadenc per referir-se a una nova política de finals de 1960, en el context del moviment francòfon canadenc, que tingués en compte les tres entitats socials de la Federació: l'anglòfona, la francòfona i l'aborigen”, on els dos últims queden considerats com a minories (Azurmendi, en Barabas, 2014: 2). L'antropòleg, ara expresident del Fòrum per la Integració Social dels Immigrants, concep la multiculturalitat com el reconeixement de tots els grups culturals dins d'una mateixa societat estructurada amb grups culturals tancats i drets col·lectius.

En les darreres dècades, el terme de multiculturalitat es va popularitzar en altres àmbits com un concepte que defineix les minories com a grups de procedència diversa i sense gaire presència territorial. Per altra banda, hem de tenir en compte que dins les minories no queda inclòs el que es reconeix com a pobles originaris, ja que la població autòctona conserva uns vincles històrics que corresponen a moments previs a la formació dels estats. Per aquest motiu, quan parlem de multiculturalitat en un territori el poble aborigen en queda exempt (Barabas, 2014: 3).

El terme de multiculturalitat també el podem comprendre com una “ideologia social política de la globalització i de la massificació de la migració internacional” (Barabas, 2014: 3). Per aquest motiu, de vegades quan parlem de mosaic de cultures alhora ens referim a el resultat d'aquest fenomen migratori.

De fet, trobar una definició exacta per aquest tipus de terme no és fàcil ja que no és un concepte net i asèptic sinó que es nodreix de molts aspectes i es aplicable a escenaris polítics, econòmics, socials i tecnològics. Això fa aparèixer interpretacions contradictòries del terme.

Per altra banda, el pluralisme cultural, popularitzat als anys 80 dins el camp antropològic, mira d'unificar els diferents grup dins un territori comú amb la pràctica de "la interdependència, la igualtat i el respecte mutu" (Barabas, 2014: 4). És a dir, el pluralisme mira de preservar la identitat dels grups per a que cadascú pugui desenvolupar les seves tradicions i estil de vida. A més, alhora de parlar sobre un escenari on a més hi conviuen els pobles originaris el terme de pluralisme cultural és el més encertat.

El concepte de pluralisme també va ser valorat de manera positiva dins els sistemes polítics de la època, ja que s'identifica amb els principis de democràcia liberal i l'existència de diferents grups polítics per a la ciutadania.

2.2.2. La identitat cultural

De la mateixa manera que la multiculturalitat i el pluralisme, els següent terme es caracteritza per la seva diversa interpretació.

Els fonaments de la identitat cultural es situen als Estats Units amb una concepció determinista del concepte, ja que des de la psicologia social entenien la identitat com una característica impertorbable. Més endavant, altres corrents de caire subjectivista assenyalen que la identitat cultural no és "alguna cosa rebuda i assumida d'un sol cop" perquè si fos així vol dir "considerar-la com un element estàtic, fixe, que remet a una col·lectivitat definida de manera invariable i pràcticament immutable" (García Martínez, 2008: 5). En altres paraules, la formació de la identitat cultural de cada individu depèn de com cada persona comprèn la realitat social i els components que els envolten.

Producte de debats internacionals a Europa, podem assenyalar que la identitat cultural, a més, és la possibilitat de pertànyer a un o diversos grups de persones. D'aquesta manera, es constitueix un sentiment de pertinença cap a una comunitat determinada. De fet, és un sentiment molt important en les darreres dècades ja que configura un món propi i en comú que a més, en si mateix pot ser plural i flexible.

En paraules del sociòleg Castells²: “En un món globalitzat com el nostre, la gent s’aferra a la seva identitat per donar sentit a les seves vides”. Per això, “El poder de la identitat no desapareix en l’era de la informació, sinó que es reforça” (Castells, 2003).

Això significa que com a part del nostre procés de creixement les identitats estan lligades al nostre entorn i l’entorn dels nostres avantpassats. És a dir, formen part del nostre procés de creixement social i col·lectiu I fins i tot, la història i el patrimoni, ja que la pertinença no és purament subjectiva sinó també material.

2.3 Sistemes de radiodifusió

El progressiu desenvolupament de la indústria de la radiodifusió va requerir una ràpida organització de l’espectre de freqüències. Als països occidentals, a l’hora de delimitar els models d’ordenació, es van tenir en compte “els règims de propietat i d’explotació, ja que l’estudi d’aquesta qüestió ens permet delimitar-ne el marc global d’organització política” (Corominas, 1990: 19).

Encara que els règims de propietat i d’explotació han canviat al llarg del temps hi ha un aspecte que s’ha conservat i caracteritza notablement la radiodifusió europea: l’Estat com a ambaixador principal de l’ordenació del sector i propietari de l’espectre radioelèctric.

Per altra banda, en relació a la regulació del sector, els models d’explotació han estat diversos. De la mateixa manera que existeixen autors que defensen altres tipus de classificació o miren de desenvolupar la regulació clàssica establerta.

En el meu cas i en aquest apartat em fico al costat de Maria Corominas per tractar els models d’organització que queden esmentats en el seu llibre ‘Models de Ràdio als països occidentals, evolució i perspectives’ publicat al 1990.

Les tres formes bàsiques d’explotació diferenciades per Corominas són el monopoli governamental, la corporació pública i la propietat privada. Així mateix, a banda d’aquests règims hegemònics que descriuen el període inicial de la radiodifusió europea també existeixen formes mixtes de propietat i d’explotació.

² El poder de la identidad. Article del diari El País.
http://elpais.com/diario/2003/02/18/opinion/1045522810_850215.html

2.3.1. Model monopolístic governamental

En aquest model l'Estat lidera l'explotació directa "a través d'un ministeri, un departament o bé una agència administrativa" (Corominas, 1990: 19). Això implica que jurídicament no queden reconegudes altres entitats habilitades per a l'explotació de l'espectre radioelèctric, segons els primers textos escrits. De fet, el cas austríac reflecteix clarament aquest model ja que els primers projectes pilot de ràdio privada i regional no va ser possible fins a finals dels anys 80 arran d'un acord entre la radiotelevisió pública i l'Associació d'Editors Austríacs de Periòdics.

La implantació d'aquest model d'organització governamental és definitòria del escenari primerenc de radiodifusió europea però va arrelar de manera més contundent en països com Nova Zelanda, Àustria i França, a partir de mitjans dels anys 50. En aquests països la implementació i el desenvolupament dels operadors privats queda endarrerida. Paradigmàticament, a França no és "fins l'any 1981 que s'autoritzen les emissores locals privades" una senyal definitiva, segons Corominas (1990: 22), del trencament del model monopolístic francòfon.

2.3.2. Model de servei públic

En aquest segon model l'Estat també queda reconegut com el propietari de l'espectre però a diferència del model monopolístic governamental, la gestió de la radiodifusió queda en mans d'una corporació pública. Aquesta iniciativa descentralitzadora queda reglada per un instrument jurídic que li atorga a la corporació pública independència en la seva organització per tal d'assegurar un servei públic de radiodifusió estatal. A més, aquest instrument regulador (Carta Reial, Estatut, etc) també serveix per delimitar la intervenció governamental (Corominas, 1990: 22).

Aquest sistema, el qual està present en la formació del mitjà, admet renovacions de l'estatut que fonamenta les entitats de servei públic. La corporació pública de referència, reconeguda com la corporació principal establerta a Europa, és la *British Broadcasting Corporation* (BBC) del Regne Unit. El servei de radiodifusió britànic, tal i com queda establert en la *Royal Charter*, pretén oferir un servei públic de manera centralitzada i estatal. Aquest model d'explotació no exclou la concepció i el creixement de corporacions públiques dins un escenari monopolístic. El concepte de monopoli, segons

Corominas, als anys 90 pateix una transformació i a partir d'aquí “fa referència exclusiva a l'explotació de la ràdio per part d'una sola institució o organisme, independentment del fet que sigui governamental, pública o privada”, diferent de la concepció inicial de monopoli que quedava directament relacionada al model de monopoli governamental (Corominas, 1990: 26).

2.3.3 Model privat

Aquest model de radiodifusió reconeix l'explotació de la radiodifusió a nivell d'empreses privades. Això vol dir el grau d'independència d'aquestes emissores pel que fa el govern és el més elevat. L'actuació d'aquestes estacions és sota llicència i treballen segons les forces del mercat. És caracteritzen també per tenir “certa regulació” però aquesta només afecta els temes relacionats amb “l'obsenitat, la publicitat d'alguns productes, l'equilibri a l'hora de presentar qüestions controvertides i igual temps d'accés per als candidats polítics” (Corominas, 1990: 24).

Com a referent d'aquest model podem assenyalar el cas dels Estats Units, el qual mai ha gaudit d'un servei públic consistent de radiodifusió encara que els seus inicis van ser sense fins comercials abans de la Primera Guerra Mundial. Aquest model està orientat cap a la maximització dels beneficis i és un aspecte que fa ressò clarament en el producte final que difonen aquest tipus d'emissores (Corominas, 1990).

2.3.4 Model mixt

En aquest sistema d'organització es combinen elements dels models esmentats anteriorment, i això en desenvolupa formes mixtes d'explotació. El model mixt és propi de països on la radiodifusió neix en un primer moment sota la gestió centralitzada de l'estat, com és el cas Espanyol on, a partir dels anys 70, van conviure emissores públiques i privades. Resulta gairebé impossible trobar dos casos iguals arreu del món però podem destacar que l'extensió d'aquest model respon a canvis polítics, econòmics, culturals i tecnològics de cada territori. D'aquesta manera és com la concepció del servei de radiodifusió es va reestructurar, amb la conseqüent erosió dels monopolis (Coromines, 1990).

Així mateix, aquest model predomina en països occidentals però també ens serveix com exemple precedent el cas japonès. En aquests casos l'Estat manté el control de l'espectre radioelèctric i la corresponent concessió de llicències. Per altra banda, el finançament, tant de les entitats públiques com privades, canvia dràsticament. A partir d'aquí, la supervivència de les emissores privades queden supeditades al mercat publicitari.

3. ANÀLISI: L'ESCENARI PÚBLIC DE RADIODIFUSIÓ AUSTRALIÀ EN TERMES MULTICULTURALS

3.1 Context històric

Austràlia és l'illa més gran del món i el sisè país per darrere de regions com Rússia ó la Xina. Té una dimensió de 7.692.024 km² que correspon a un 5% del terreny habitable. Per altra banda, Austràlia està caracteritzada per tenir una població geogràficament dispersa, si comparem la banda est amb la oest de l'illa podem identificar fàcilment la manca d'homogeneïtat poblacional a la que en faig referència.

Les principals zones urbanes d'Austràlia són grans nuclis urbans amb una perifèria urbanitzada que compta amb més de 85.000 habitants³. En total, existeixen 20 grans ciutats on és concentra gran part de la població que hi desenvolupa una activitat socioeconòmica, la majoria localitzades a la part de la costa est australiana.

La població arriba als 23,490,736 milions, la meitat de l'espanyola, i d'aquesta un 28.2% ha nascut fora de la Commonwealth australiana⁴. Aquest aspecte la nodreix d'una varietat cultural, ètnica, lingüística i religiosa on hi conviu gent provinent de al voltant 200 països diferents, sobretot d'Europa, Àfrica i l'Orient Mitjà.

La llengua oficial és l'anglès però en la seva població hi conviuen més de 300 llengües i dialectes. Les llengües més esteses són el Mandarí, l'Italià, la llengua Àrab, el Cantonès i el Grec. Encara que la religió dominant és el cristianisme, també hi trobem el judaisme, l'hinduisme, l'islam i el budisme. Aquest ventall de cultures i creences, evidencia la complexitat de la seva societat. Així doncs, els únics als qui realment

³ Australian Government. Department of Infrastructure and Regional Development. Yearbook, 2015. Progress in Australian Regions.

http://regional.gov.au/regional/publications/yearbook/files/2015/Yearbook_2015_Full.pdf

⁴ Australian Bureau of Statistics, Migration, Australia, 2014-15.

<http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/3412.0/>

podem considerar habitants originals són els aborígens que viuen a l'Estret de Torres i a les illes que hi ha al voltant d'aquest.

Austràlia forma part dels primers països en establir una democràcia moderna però no va ser fins el 1890 quan les colònies australianes van assentar els fonaments d'una monarquia constitucional, ja que reconeixen a la Reina Elisabet II com la cap d'estat. A més, des del govern reconeixen que “les institucions i les pràctiques de govern són un reflex del model britànic i del nord-americà” (Yearbook, 2015: 157). Al 1901, la unió de les sis colònies va resultar en el naixement de la Commonwealth, la qual queda organitzada com a govern federal amb sistema parlamentari. Cal assenyalar, que ha estat present en diversos organismes internacionals al llarg del temps. És membre fundador de les Nacions Unides, també forma part del G20 i el va presidir l'any 2014⁵.

Les últimes eleccions federals van ser al 2013 i el Partit Liberal, en coalició amb altres partits conservadors, va desbancar al Partit Laborista del govern. Durant les últimes dècades el poder s'ha alternat entre aquests dos partits polítics, els quals moltes vegades necessiten fer coalicions per formar govern. Tot i això, realment són els que aconsegueixen més representació, segons les dades recollides ⁶.

La moneda oficial de la Commonwealth Australiana és el dòlar australià, substituïda de la libra australiana al 1996. En relació a la seva economia, és reconeguda per ser exportadora de gas natural, or, minerals de ferro i carbó⁷. Els principals països als que exporta són la Xina, el Japó, la República de Corea, els Estats Units i la Índia⁸. El sector serveis també nodreix notablement la seva economia. En aquest aspecte, és rellevant destacar el turisme convencional però també l'educatiu, ja que al 2013 Austràlia va rebre un total de 410.000 estudiants estrangers que volien ampliar els estudis o millorar l'anglès⁹.

⁵ Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade, 2014.
<http://dfat.gov.au/international-relations/international-organisations/g20/pages/the-g20.aspx>

⁶ Consultar anexos.

⁷ Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade, 2014.
<http://dfat.gov.au/trade/resources/trade-at-a-glance/pages/top-goods-services.aspx>

⁸ Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade, 2014.
<http://dfat.gov.au/trade/resources/trade-at-a-glance/pages/default.aspx>

⁹ Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade.
<http://dfat.gov.au/about-australia/visiting-australia/pages/study-in-australia.aspx>

3.2 Història de la radiodifusió australiana

El servei públic de radiodifusió

La primera emissió en obert radiofònica va ser al 1923. Per aquella època, la gent havia d'escoltar les retransmissions en grup o en família, ja que no van disposar d'aparells més barats i portàtils fins més endavant. A més, encara que històricament, la ràdio va tenir una gran acollida en retransmissions de punt a massa, les taxes aplicades als consumidors, durant els anys 1923 i 1924, van endarrerir-ne la proliferació d'aparells a les cases. Llavors, no va ser fins l'arribada al mercat dels transistors, al 1950, que l'ús de la ràdio es va popularitzar i correlativament, nous hàbits de consum.

Com d'altres estats, la transmissió d'informació per l'aire en temps rècord va ser aprofitada per comunicar-se dins l'espai marítim. Encara que el cas del Titànic no és el millor exemple, el fet de poder enviar senyals d'emergència de punt a punt va suposar un avenç en termes de seguretat, tant per la navegació com per altres serveis d'emergència, com per exemple els bombers.

Les transmissions de servei públic radiofòniques no es van donar fins el juliol de 1932. La intervenció governamental, a causa d'un sistema de llicències fallit, va donar resultat a un incipient servei públic de radiodifusió australià que acabarà desembocant en el que coneixem com Australian Broadcasting Corporation (ABC).

Aquest tipus de llicències diferenciaven entre les estacions de ràdio de Classe A i B. Les llicències de Classe A, eren finançades a través dels ingressos que obtenia el govern de les taxes aplicades als oients i també arran els ingressos provinents de l'escàs patrocini de programes. Les estacions de ràdio amb llicències de Classe B, eren estacions amb possibilitats de difondre contingut a gran escala. Aquests potencials operadors de gran abast gaudien d'una estructura econòmica més notable, a causa de la possibilitat de vendre espais publicitaris, i per aquest motiu no rebien ajuda del govern.

La intervenció estatal, l'any 1932, va posar fi a l'imperatiu comercial i les ràdios privades de la Classe A van desaparèixer per donar pas a l'Australian Broadcasting Commission (ABC), el primer operador fundat i finançat completament pel govern que anteriorment pertanyia a l'Australian Broadcasting Company. En les seves mans quedava el control de 12 estacions amb cobertura a les regions més poblades com per

exemple: Sidney, Melbourne, Brisbane, Adelaide o Perth. El contingut difós a les ciutats no va ser homogeni fins més endavant.

Diversos acadèmics, relacionen aquest tipus de sistema amb les influències que rebia el govern australià tant dels Estats Units com del Regne Unit. És a dir, el desenvolupament d'una llicència que afavoria els interessos comercials correspon al estàndard nord-americà en relació al lliure mercat i, en canvi, la petita intervenció governamental sobre els operadors privats de menor escala correspon al ideal de Jonh Reith i la BBC.

El govern, des de llavors, ja assenyalava la importància d'aquest nou servei per realitzar funcions de transmissió d'informació, entreteniment i cultura per tal de satisfer els poc més de 7.5 milions d'habitants¹⁰.

Seguidament, a principis dels anys 50 es va començar a definir aquest operador com una eina amb responsabilitat de difondre el servei de televisió nacional a tota la geografia australiana ja que segons les característiques demogràfiques i geogràfiques cap empresa comercial va tenir la viabilitat per realitzar-lo.

A partir d'aquí, la televisió va conformar-se dins el sistema dual on es va efectuar la primera emissió televisiva el setembre de 1956 coincidint amb els Jocs Olímpics de Melbourne. Aquesta retransmissió la va realitzar el canal comercial TCN9 a Sidney. En canvi, l'ABC no va iniciar la seva retransmissió en obert fins dos mesos després coincidint amb la televisió comercial HSV7 a Melbourne.

Durant els anys 70 Austràlia va viure la seva dècada de canvis socials. D'aquesta manera, des del govern social progressista es van definir els valors fonamentals de promoció de la igualtat i la justícia social per tots els australians, sense discriminacions.

Aquest discurs també va incidir positivament en les polítiques de comunicació¹¹. D'aquesta manera va passar mica en mica de l'Australian Broadcasting Commission cap a la corporació que coneixem avui dia, tot i això no va ser efectiu fins l'aplicació d'un estatut controlat pel Parlament al 1983. A partir d'aquí, l'ABC es va crear seguint el model de la BBC, encara que els mitjans australians es caracteritzen per tenir una naturalesa híbrida.

¹⁰ From Wireless to Web: <http://fromwirelesstoweb.com.au/>

¹¹ From Wireless to Web: <http://fromwirelesstoweb.com.au/>

De fet, tot i que avui dia l'ABC està estructurada com una gran corporació, la qual destaca per serveis de ràdio, televisió, suport online i plataformes internacionals, durant els seus inicis només disposava de 12 estacions de ràdio on hi retransmetia música en directe, esports i programes informatius 11 hores al dia. Set anys després el servei es va ampliar fins a 26 estacions que arribaven a retransmetre 132.158 hores cada any¹².

A mitjans dels anys 80, la reestructuració de la llei en relació als drets de propietat dels mitjans de comunicació va propiciar un canvi en la indústria mediàtica. Les regulacions de 1956 que només contemplaven que un propietari podia tenir dos estacions de televisió o sis estacions de ràdio van quedar obsoletes amb l'aparició de la integració multimèdia.

A més, els intents dels diferents governs per tal de prevenir que propietaris estrangers es fessin amb els mitjans australians van defallir al 1984 quan el magnat multimilionari Rupert Murdoch va renunciar a la seva nacionalitat australiana per obtenir la nacionalitat estatunidenca. Aquest canvi de nacionalitat li va atorgar a News Corporation la capacitat d'adquirir mitjans de comunicació dels Estats Units mantenint alhora els australians¹³.

Finalment, la nova llei de radiodifusió va establir al 1985 que els propietaris podien controlar estacions de televisió amb abast de fins el 60% de l'audiència nacional amb la condició de que focalitzessin la seva activitat a només una plataforma.

A més, els mitjans de radiodifusió australians conformen una estructura duopolística asimètrica, ja que compten amb l'Special Broadcasting Service (SBS). Una segona corporació operativa des del 1978. Aquesta és 'una entitat finançada i controlada pel Parlament per crear serveis de ràdio i televisió en les llengües dels principals grups ètnics del país' (Corominas, 1990: 29).

Per altra banda, els primers operadors privats de televisió de pagament per cable van entrar en el mercat el 1995. Tot i això, mesos abans els operadors Australis, Foxtel i OptusVision ja feien emissions mitjançant el satèl·lit Austar. L'agost del mateix any, va arribar el primer servei online de l'ABC i durant aquest segle van introduir les diferents

¹² Australian Broadcasting Corporation. About the ABC. ABC History: <http://about.abc.net.au/who-we-are/abc-history/>

¹³ From Wireless to Web: <http://fromwirelesstoweb.com.au/>

tecnologies emergents d'internet per tal d'oferir podcasting, vodcasting, vídeo-on-demand i streaming.

Aquests primers passos cap al món digital es van refermar al 2005 amb el llançament d'un nou canal de televisió en obert i digital. Seguidament, van ampliar el servei amb ABC1 i ABC3 a més del canal de notícies 24 hores anomenat ABC News24¹⁴.

El servei privat de radiodifusió

Aquest apartat serveix per comprendre el panorama comercial audiovisual el qual queda concentrat en mans de menys de 8 persones i el que històricament ha estat per dominat per un petit nombre de dinasties familiars. Cal remarcar que els interessos d'aquests homes de negocis no queden limitats al territori australià, ja que també es mouen per negocis de l'Àsia Pacífic i els Estats Units.

Des de fa quatre anys, coincidint amb el pas de la televisió analògica a la digital, el panorama mediàtic australià ha estat caracteritzat per canvis de propietaris, reestructuracions i retallades de personal dins el sector comercial. La majoria dels propietaris d'aquests mitjans de comunicació privats els podem identificar fàcilment dins la llista Forbes¹⁵ dels més rics d'Austràlia. D'aquesta manera, el periodista Ricardo Goncalves de la SBS, fa una aportació de les propietats que controlen cadascun d'ells dins la indústria mediàtica¹⁶.

A partir d'aquí, el Channel 7, controlat per Kerry Stokes, és propietat de Seven West Media on Stokes va fer la seva major inversió en el grup Seven. A més de la seva principal televisió també té participacions en West Australian, Pacific Magazines, Yahoo7 i Sky News.

El Channel 9 no està sota el control d'un propietari en concret però sí de l'actor privat CVC Asia Pacific, el qual en té el control del canal a través del holding Nine Entertainment. Aquest últim també té interessos en NBN, Sky News, ACP Magazines, Ticketek i Ninemsn.

¹⁴ Australian Broadcasting Corporation. ABC 80 Years: <http://www.abc.net.au/corp/history/80years/>

¹⁵ Australia's 50 Richest People: <http://www.forbes.com/australia-billionaires/list/>

¹⁶ Factbox: Who owns what in the Australian media: <http://www.sbs.com.au/news/article/2012/06/22/factbox-who-owns-what-australian-media>

La televisió regional queda controlada per Bruce Gordon, la WIN TV, i té un abast de més de 5 milions de espectadors a través d' Austràlia.

El Channel 10 és el canal amb més varietat d'accionistes. De fet, Gordon és el major accionista seguit de la magnat Gina Rinehart i Lauchlan Murdoch.

Gina Rinehart és la persona més rica a Austràlia amb 11,7 mil milions de dòlars i James Packer ocupa la quarta posició amb 4,7 mil milions de dòlars, segons dades del 2015 aportades per la revista Forbes.

En relació a Rinehart cal destacar que al 2013 posseïa accions a Fairfax que arribaven al 19%. Tot i això avui dia, segons informa The Guardian¹⁷, estan en venda un 14,99% del les inversions fetes en aquesta empresa per Rinehart.

La companyia més gran en l'escenari mediàtic australià és la News Corporation Australia (abans anomenada News Limited¹⁸), fundada per Rupert Murdoch, i té el control de The Daily Telegraph, Herald Sun i The Australian com a principals diaris. Seguidament, també té a la seva disposició plataformes digitals com 'news.com.au' i el negoci de les revistes de NewsLifeMedia amb marques tan reconegudes com Vogue. Per acabar, també disposa de negocis en els serveis de televisió de pagament.

Finalment, FOXTEL la qual va fusionar-se durant el 2012 amb Austar ara pertany en un 50% a Telstra. Cal destacar que James Packer, de la dinastia dels Paker, també en controlava una part de FOXTEL a través de Consolidated Media. Tot i això, arran de la adquisició de Consolidated Media Holdings per part de News Corporation el 50% restant de les accions de FOXTEL queden en mans del magnat Rupert Murdoch, segons afirma The Guardian.

¹⁷ The Guardian: <http://www.theguardian.com/business/2015/feb/06/gina-rinehart-selling-fairfax-media-stake>

¹⁸ News Corp: <http://newscorp.com/leader/rupert-murdoch/>

3.3 Regulació i autoritats reguladores

Pocs mesos després de la creació del Ofcom al Regne Unit, el govern australià anunciava la necessitat de disposar d'entitats reguladores de la radiodifusió i la comunicació. Aquesta proposta va respondre principalment a la escassetat de regulació arran la proliferació de les tecnologies digitals.

Avui dia, a Austràlia, la regulació en el sector de les telecomunicacions i la radiodifusió l'exerceix l'Australian Communications and Media Authority (ACMA). Paral·lelament, trobem l'Australian Competition and Consumer Commission (ACCC) la qual té una actuació més ampla ja que no respon únicament a necessitats del sector audiovisual. Cal especificar que l'ACCC va néixer per tal de garantir la competència lleial i la seguretat dels consumidors.

Australian Communications and Media Authority (ACMA)

L'òrgan regulador responsable de la difusió i el contingut en ràdio, televisió, internet, radiocomunicació i telecomunicacions és la Australian Communications and Media Authority (ACMA). Va ser formada l'1 de Juliol de 2005 a través de la fusió de la Australian Communications Authority (ACA) i la Australian Broadcasting Authority (ABA). Les oficines centrals es troben a Canberra, Melbourne i Sidney¹⁹.

Va ser creada sota la llei de l'Australian Communications and Media Authority Act²⁰ al 2005 i en aquesta s'estipula oficialment la seva independència. És a dir, remarca la no intervenció d'agències o governs, tot i que està finançada per la Commonwealth. Aquesta institució és l'única designada per regular el sector de les telecomunicacions. Per altra banda, cal destacar que també apareix referenciada a la Broadcasting Services Act de 1992.

Llavors, com a institució governamental independent les seves principals funcions són (ACMA Annual Report, 2013-2014²¹):

- Promoure l'autoregulació i competitivitat en la indústria de comunicació electrònica, protegir els consumidors i usuaris.

¹⁹ Ownership and control of Australia's media: <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Australie.pdf>

²⁰ Australian Government ComLaw: <http://www.comlaw.gov.au/Details/C2015C00227>

²¹ ACMA Annual Report 2013-14: <http://www.acma.gov.au/theACMA/annual-report>

- Fomentar un ambient en el que els mitjans compleixin els estàndards de qualitat, respectin la seva audiència i cobreixin les seves necessitats.
- Administrar i gestionar la disponibilitat i l'accés a l'explotació de l'espectre electromagnètic a través de llicències de radiocomunicació.
- Representar a nivell internacional els interessos del poble australià en la matèria de comunicacions.
- Regulació conforme la pertinent legislació, les condicions de llicència establertes, els Codis de pràctica, les garanties de servei i altres aspectes.

L'ACMA, en relació a la radiodifusió, té la capacitat de planificar els canals que faran servir els operadors de ràdio i televisió. A més, pot atorgar i renovar llicències. Regula el contingut dels serveis de ràdio i televisió i administra la propietat i les normes de control d'acord amb els serveis de radiodifusió.

En relació al contingut en línia, l'ACMA, té la potestat reguladora sobre el contingut difós per internet i per smartphone. A més gestiona l'aplicació australiana d'acord la llei en contra del spam ²².

Sobre la regulació de les telecomunicacions pot atorgar llicències als operadors i regula les línies fixes i mòbils en el camp de la telecomunicació.

L'espectre electromagnètic també queda gestionat en termes de regulació per l'ACMA. És a dir, planifica i administra l'espectre de radiofreqüència. Així mateix, és la responsable del compliment dels requisits de concessió de llicències i si fos necessari pot investigar les denúncies en relació a la interferència dels serveis.

En definitiva, l'ACMA és un òrgan que pot dirigir-se a qualsevol actor en el sector de les telecomunicacions i la radiodifusió que infligeixi les normes establertes per tal de que l'infractor las torni a complir.

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC)

En segon lloc trobem la Australian Competition and Consumer Commission, ACCC en sigles, és una agència independent del govern australià. Aquesta agència es va formar

²² Industry ACMA: <http://www.acma.gov.au/Industry/Marketers/Anti-Spam/Ensuring-you-dont-spam/key-elements-of-the-spam-act-ensuring-you-dont-spam-i-acma>

després de la fusió entre la Trade Practices Commission (TPC) i la Prices Surveillance Authority (PSA) ²³ a partir d'aquí les competències es van traslladar a la ACCC el 1995.

L'objectiu de la ACCC és millorar el benestar dels australians a través de la promoció de la competència i el comerç just així com la protecció dels drets dels consumidors. Aquesta organització llavors administra la llei de competència dels consumidors, la Competition and Consumer Act de 2010, i té legitimitat per fer complir les seves disposicions portant les males pràctiques al Tribunal Federal Australià ²⁴.

Aquesta autoritat s'ocupa de garantir que les polítiques de competència, que afecten a tots els sectors de l'economia, es compleixin. La seva tasca principal és aconseguir un mercat competitiu. A més, si s'està duent a terme competència deslleial o el producte repercuteix al consumidor, és a dir, si en qualsevol cas no es compleix la llei l'ACCC pot aplicar sancions.

Llavors, des de la web oficial assenyalen com a prioritari ²⁵:

- Mantenir i promoure la competència i arreglar les deficiències del mercat (Market Failure).
- Protegir els interessos i la seguretat dels consumidors. Donar suport al comerç just en els mercats.
- Promoure operacions econòmiques eficients d'utilització i inversió d'infraestructures.
- Incrementar el compromís amb tots aquells grups del seu entorn que es troben afectats per la intervenció del ACCC.

Entre les iniciatives del ACCC també podem incloure la promoció educativa del consumidor en àrees regionals i rurals així com en les comunitats indígenes i illenques.

²³ ACCC Milestones: <https://www.accc.gov.au/about-us/australian-competition-consumer-commission/about-the-accc/accc-milestones>

²⁴ ACCC Annual Report: <https://www.accc.gov.au/publications/accc-aer-annual-report/accc-aer-annual-report-2013-14>

²⁵ About the ACCC: <https://www.accc.gov.au/about-us/australian-competition-consumer-commission/about-the-accc>

3.4 Anàlisi de l'SBS, un servei públic multicultural

En aquest apartat, per tal d'analitzar el servei públic multicultural Special Broadcasting Service i el seu funcionament faig un seguiment de l'entitat durant els últims 5 anys per contemplar els canvis en la seva estructura organitzacional, el finançament, l'equip directiu, les polítiques de personal, la independència editorial, la programació i la difusió. Les categories que utilitzo per diferenciar cada aspecte de l'operador públic les recullo del criteri que van fer servir els autors de 'Divided they fall: public service broadcasting in multi-ethnic states', Basic-Hrvatin, S., Thompson, M., Jusic, T. (2008).

D'aquesta manera, podré diagnosticar l'estat actual de l'Special Broadcasting Service a través de les memòries anuals que emet la mateixa corporació, en especial aquelles que corresponen amb el període de 2010 fins el 2015.

L'Special Broadcasting Service

L'Special Broadcasting Service d'avui dia es comprèn com un servei de radiodifusió complet però els seus inicis van ser senzills, ja que només oferien serveis d'informació a les comunitats ètniques de les ciutats capital. Molts acadèmics coincideixen en que l'SBS és un servei versàtil que ràpidament és va establir com el segon mitjà de servei públic del país. A més, destaquen la seva funció intrínseca com a "catalitzador per la creació de noves idees sobre la migració, les diferències culturals i el cosmopolitisme" (McClellan, 2013: 243).

La pressió política desencadenada per una part de la societat australiana, la qual reclamava la necessitat d'un servei que no fos de contingut absolutament de parla anglesa, va provocar un replantejament de les polítiques públiques i multiculturals del moment.

Els objectius primordials de l'Special Broadcasting Service queden reflectits en la SBS Act de 1991. Entre ells trobem aspectes coincidents amb altres operadors públics com la universalitat o la diversitat de contingut.

En concret, l'Special Broadcasting Service, remarca la voluntat de garantir que els australians puguin accedir als serveis de radiodifusió, independentment de la seva ubicació geogràfica o la seva economia familiar, ja que en la llei és destaca el caràcter participatiu ciutadà. Així mateix, es contempla el fet de que els diferents grups que hi

conviuen dins la societat australiana puguin compartir els seus interessos a nivell local i nacional.

En referència al seu contingut, disposa de serveis radiofònics, televisius i digitals. La principal característica d'aquests canals és la gran varietat lingüística de la que gaudeixen. A més, subtitula tot el contingut que emet. Això significa que tothom que vulgui pot escoltar un programa en versió original, ja que la naturalesa lingüística de la peça es manté, i en el cas de voler millorar el anglès també és possible gràcies a la subtitulació.

Per aquest motiu, és ben sabut per tota la comunitat acadèmica que l'SBS és un valor democràtic afegit, ja que a més d'això, la diversa societat australiana queda representada en els continguts d'un operador públic. Però, de fet, un altre aspecte igual o més rellevant és el reconeixement governamental i institucional de l'existència d'aquesta varietat lingüística i cultural.

A més, tot aquells que volen rebre contingut en la seva llengua tenen la possibilitat de fer-ho, a més d'aprendre sobre altres cultures, ja que tot el contingut es reproduïx en l'idioma original i amb subtítols.

3.4.1 Estructura organitzacional i equip directiu

L'SBS opera sota la llei de 1991, Special Broadcasting Service Act, la qual regula la constitució de la seva Junta Directiva. La junta, segons la pròpia llei, ha de comptar amb un director general, un president, al menys 3 directors no executius i com a màxim 7.

“ 8 Constitution of the Board

The Board consists of:

(a) the Managing Director; and

(aa) the Chairperson; and

(b) not fewer than 3 nor more than 7 other non-executive Directors.” (SBS

Act).

A partir d'aquí, la Junta Directiva té les competències necessàries per “decidir els objectius, estratègies i polítiques” a seguir per tal de complir la missió de l'SBS. Així mateix, ha “d'assegurar que l'SBS compleix les funcions encomanades de la millor manera, tant en termes de eficiència com econòmics, per tal de “beneficiar al màxim la gent australiana” (SBS Act, 1991).

Entre els deures, més destacables, de la junta, l'SBS Act estableix que han de mantenir la seva independència i integritat, el compliment de la llei, assegurar la col·laboració entre les dos corporacions públiques (la nacional i la multicultural) així com seguir el codi de pràctiques en relació a la programació. Cal remarcar que encara que la llei estipula que la junta té uns deures que complir també detalla que:

“ (2) Nothing in this section imposes on the Board a duty that is enforceable by proceedings in a court. ”

Si fem el recorregut dels cinc anys, a partir de 2010, podem veure com cada partit alterna el ministre d'Arts i Comunicació segons els seus interessos i, el més destacable, és que l'any passat, el Partit Liberal, que encara és al govern, va prescindir de Tony Abbott com a president arran de la moció interna promoguda per Malcom Turnbull.

D'aquesta manera, la votació va assenyalar a Malcom Turnbull com a guanyador, el qual va agafar el relleu de la presidència deixant de banda el seu càrrec de ministre d'Arts i Comunicació, que va assolir l'any 2013. La causa d'aquest canvi tant sobtat va ser la notable pèrdua de confiança entre la opinió pública del monàrquic Abbott.

Cal destacar que, en relació al ministre, la llei descriu una figura que ha de donar directrius a la junta però en cap cas pot intervenir en la programació de la corporació ja sigui digital o no. A més, en el cas de que el Ministre doni alguna directriu ha de notificar amb 15 dies d'antelació al parlament, ja que les direccions que ha de donar el Ministre han de satisfer l'interès nacional.

L'equip directiu de l'Special Broadcasting Corporation, en canvi, no és tant susceptible a canvis quan un altre partit puja al govern. Per exemple, l'actual director executiu va començar exercint el seu càrrec quan el govern laborista era al poder i encara el manté.

Per altra banda, els càrrecs que pateixen més canvis de l'equip directiu, durant el període analitzat de 5 anys, són el de Director de Televisió i Online i el de Notícies i Fets d'Actualitat. Cal remarcar però, que no sempre ha estat així ja que en el cas de Matt Campbell, ex Director de Televisió i Online, va exercir el seu càrrec de director durant 5 anys (de 2006 fins la seva renúncia el 2011²⁶).

3.4.2 Finançament

L'Special Broadcasting Service, tal i com queda establert en la SBS Act de 1991, és una entitat sense ànim de lucre. Això vol dir que no contempla una necessitat de produir beneficis, per això, la seva existència i mantenició es basa en les polítiques de comunicació vigents i la subvenció governamental.

El finançament prové directament del Govern federal australià i per aquest motiu les corporacions presenten un petició de pressupost cada tres anys. En finalitzar el període, el Senat els hi demana justificacions de la seva despesa.

Aquestes despeses, segons la llei Public Governance, Performance and Accountability Act 2013, han de quedar justificades mitjançant un informe anual. Aquest sistema és aplicable a totes les entitats de caire públic australianes, ja que segueixen les pautes de l'agència de comptabilitat del país, l'Australian Accounting Standards Board (AASB).

Cal remarcar, que aquest operador públic no està finançat de la mateixa manera que l'operador nacional, l'Australian Broadcasting Corporation. L'SBS, a banda de la subvenció governamental també pot obtenir ingressos a través de venda d'espais publicitaris i merchandising. Uns ingressos dels quals no pot renunciar sobtadament ja que suposen entre un 25% i un 28% del total del seu pressupost, segons les dades analitzades.

En canvi, l'ABC, només pot obtenir ingressos moderats amb la venda del seu producte o de serveis però no a través d'espais publicitaris, ja que no emet anuncis. Aquesta explotació mixta de l'activitat dels mitjans de comunicació públics prové del fet de que segons l'acta constitutiva no hi ha establert cap tipus de finançament rígid.

²⁶ Matt Campbell leaves SBS for Shine, <http://www.theaustralian.com.au/business/media/matt-campbell-leaves-sbs-for-shine/story-e6frg996-1226087897148>

Per l'SBS, l'obtenció d'ingressos a través de la publicitat, pot generar tensions entre l'audiència ja que el fet d'emetre blocs de publicitat no afavoreix un consum satisfactori del producte. Per aquest motiu, el govern va ficar mesures més restrictives en relació al temps dels espais publicitaris, el darrer 2015.

Encara que la intenció és reduir el contingut publicitari fins a la seva extinció, la implementació de la llei ²⁷ no ha estat del tot satisfactòria. Llavors, per tal de compensar el fracàs de la implementació de la llei, es preveu un lleu increment de la subvenció governamental ²⁸.

Durant els darrers cinc anys, des del 2010 fins al 2015, la subvenció governamental de l'SBS ha incrementat lleugerament, mentre que els ingressos per publicitat i venda de serveis es manté entre els 60 i els 70 milions de dòlars australians, a excepció de l'any 2014, on es destaca un increment dels ingressos publicitaris que arriben fins els 77 milions a causa de l'esdeveniment esportiu de la FIFA World Cup 2014.

3.4.3 Polítiques de personal

Des del govern és contempla la llei anomenada Equal Employment Opportunity Act 1987, també anomenada EEO Act, la qual està destinada a eliminar la discriminació entre homes i dones, així com la promoció d'oportunitats de treball igualitàries de les dones, els aborígens, gent amb avantpassats de parla no anglesa i gent discapacitada.

En l'actualitat, segons l'últim Annual Report del 2014-2015, un 32% dels empleats provenen d'un ambient familiar de parla no anglesa i per altra banda, un 41% han nascut fora d'Austràlia. En relació a la igualtat de gènere, un 51% dels treballadors són dones i qüestió de lideratge les dones representen el 41%. Aquestes xifres no varien gaire dins els període escollit per analitzar.

Per altra banda, els aborígens només suposen un 3% de la plantilla, una xifra que també es repeteix en l'operador nacional. Finalment, el col·lectiu de treballadors més limitat és el de discapacitats ja que només correspon a un 1,5% de la plantilla.

²⁷

<http://parlinfo.aph.gov.au/parlInfo/search/display/display.w3p;query=Id:%22legislation/billhome/r5441%22>

²⁸ <http://www.theaustralian.com.au/budget-2016/budget-2016-abc-cops-a-48m-hit-163m-in-relief-for-commercial-networks/news-story/73bb1954609424b7570092eeebcb5bd1>

Aquest últim any es caracteritza per ser el que menys percentatge de plantilla aborígen i discapacitada ha tingut, encara que les xifres d'altres anys no sobrepassen el 4% en el cas del aborígens i el 2% en el cas dels discapacitats.

3.4.4 Independència editorial

La independència editorial, a més d'estar reflectida en la llei australiana que regula ambdós corporacions, queda plasmada en la varietat de contingut que ofereix la seva programació, caracteritzada per una multiplicitat de punts de vista. Des de l'operador públic asseguren que el veritable esforç es realitza alhora d'assegurar un contingut equilibrat i imparcial, segons el que requereixi cada situació, el valor de la immediatesa i de l'interès públic.

Dins el codi de pràctiques de la SBS també queda palès que volen fomentar que tant els grups individuals com els col·lectius puguin expressar-se culturalment. De totes maneres, admeten que treballen amb molta cura per no ofendre un col·lectiu o un altre alhora de introduir un tema.

Per exemple, quan sorgeix un problema dins un mateix territori on hi conviuen religions diferents és intolerable fer un tractament diferenciador entre les mateixes per afavorir o denigrar-ne algun col·lectiu.

Cal remarcar que les comissions de les corporacions, com a organismes independents del govern, tenen la capacitat de produir, d'adquirir i programar tots els programes generals així com el contingut d'actualitat sense donar explicacions sobre la seva activitat. És a dir, l'acta constitutiva permet que els operadors públics preguin decisions d'acord amb la seva independència editorial sobre com han d'estar estructurades les seves operacions sense que actors externs a la corporació imposin obligacions en relació a la producció de continguts específics.

Aquesta independència, per exemple, els ha permès ampliar la seva oferta de programes i serveis com és el cas de la incorporació del servei SBS on demand i l'ABC News24. Aquests nous serveis han estat promoguts directament pels operadors públics a través d'una nova gestió del finançament atorgat pel govern.

3.4.5 Programació

L'Special Broadcasting Service disposa de serveis televisius, radiofònics i online. La seva programació està basada en contingut ètnic afecta a totes les plataformes gestionades per l'SBS. A més, és una barreja de contingut nacional i internacional que ha estat reconegut per organitzacions periodístiques d'arreu del món.

En són un exemple la Walkle Foundation, entitat sense ànim de lucre, la qual va premiar al 2010 un programa radiofònic de llengua croata, i el festival 'The New York Festivals International Radio Program and Promotion Awards'.

Els dos canals de televisió, emeten contingut que queden classificats en nou gèneres diferents: la comèdia, el drama, entreteniment, factual, pel·lícules, alimentació, notícies, pel·lícules curtes i esports.

En el sector televisiu, segons ens mostren les dades analitzades, des del 2010 fins el 2015, el dos canals difonen més contingut importat que local. L'únic cas on la procedència del contingut està més equilibrat és durant les hores de més visionats del canal SBS ONE, de 6pm fins a la mitjanit. En aquest aspecte, la proporció es gairebé 50/50. Tot i així, cal destacar que aquestes dades no es manifesten si mirem la programació del dia sencer, ja que segueixen la mateixa dinàmica any rere any.

Per exemple, durant el 2014 i 2015, el canal SBS ONE va emetre un 77% de contingut importat, i del total, un 55% en anglès. En canvi, si mirem enrere, al 2010, el contingut emès en anglès va arribar al 48%, de manera que abans al menys era més equilibrat.

Al canal SBS TWO, les xifres estan més polaritzades. Sobretot, s'emeten pel·lícules d'arreu del món on el 90% del contingut és importat i el 40% és en anglès, segons podem veure a l'Annual Report de 2014-2015. Aquestes dades, es tornen a repetir en anys anteriors, ja que el contingut local queda en segon lloc i només correspon com a màxim al 15% de la programació.

En termes de representació de cultures, l'any 2010-2011 va ser el més remarcable ja que ambdós canals van representar el màxim de cultures durant els anys analitzats. En el canal SBS ONE, van arribar a representar 181 cultures en front les 153 que en representen ara. I l'SBS TWO de 148 cultures, al 2010, ara en representa 33 menys.

Els idiomes retransmesos, entre els canals SBS ONE i SBS TWO, corresponen aproximadament a un total de 9.160 hores en llengua no anglesa, entre els quals podem identificar l'espanyol, el català, el basc i el gallec (Annual Report, 2014-2015, SBS). La resta, al voltant de la meitat del contingut, s'emet en llengua anglesa. Unes xifres que no pateixen grans canvis durant el període de 5 anys.

En relació a la programació radiofònica, tant de dispositius analògics com digitals, la situació és totalment contrària al contingut televisiu. Per exemple, tot el contingut que retransmet l'SBS Radio 2 és en idiomes diferents a l'anglès, i la resta de ràdios retransmeten entre un 90 i 95% de contingut multilingüe. Aquestes xifres, caracteritzen la ràdio multilingüe australiana des de fa anys, i en comparació amb la televisió demostra més compromís alhora de retransmetre contingut en altres idiomes.

Encara que en relació a la procedència del contingut, en el cas de la ràdio, no és cap diferenciació, la entitat pública assenyala que “produïxen contingut setmanal distintiu i exclusiu” (SBS Annual Report, 2014-2015: 28).

Per altra banda, si que es detalla la difusió de 74 programes en llengua no anglesa durant l'any 2014-2015. Aquesta xifra suposa el màxim de llengües emeses dins el període analitzat.

3.4.6 Difusió i recepció

En relació a la difusió, el govern australià també es va apuntar al carro de la retransmissió digital. És a dir, va substituir la difusió analògica per tal de d'oferir un servei de televisió gratuït però aquesta vegada de més qualitat i amb una oferta més ampla de canals.

Aquest fet es trasllada a 2001, on s'inicia el pas del model analògic al digital a les ciutats capitals fins a arribar a les regions més remotes d'Austràlia. Aquest període i fins el 2013, està caracteritzat per ser un moment d'impàs d'un model a l'altre, ja que la transmissió del contingut era alhora analògica i digital. Ara fa tres anys, data de la finalització del procés, atorga al territori australià d'una connexió completament digital, a nivell televisiu.

Les dades més recents apunten que l'SBS transmet per via digital terrestre serveis de televisió, els quals donen servei al 97% de la població australiana. A més de la

transmissió a través de via satèl·lit i per cable pels canals de pagament. Per altra banda, en el cas radiofònic, es distingeix entre el model analògic i el digital de transmissió.

En termes d'audiència, els canals televisius de l'SBS, l'any passat van englobar un total d'un 6.1% de share, una xifra idèntica a la dels anys anteriors. Tot i això, també cal tenir en compte que la corporació cada vegada ofereix més serveis. No només fem referència a les noves plataformes digitals sinó també al canal en obert NITV que es va adherir a l'SBS al 2012. Per aquest motiu, les dades no pateixen grans canvis, ja que l'audiència ara està una mica més repartida.

4. Conclusions

L'estudi mostra que l'estat actual de l'Special Broadcasting Corporation no pateix grans canvis en la seva estructura durant el període analitzat de cinc anys.

En segon lloc, hem pogut comprovar que l'estructura organitzacional és molt semblant a la del model de la BBC, al Regne Unit. Tot i això, l'operador públic també rep moltes influències del "saber fer" comercial dels Estats Units.

En termes de finançament, la subvenció incrementa any rere any de manera gairebé inexistente, encara que l'SBS demostrï que és innovadora i resolutiva. Per aquest motiu, considero que l'esforç que realitza l'SBS per diferenciar-se i oferir contingut multicultural no està prou valorat pel govern, en relació al suport econòmic.

Per altra banda, l'audiència actualment experimenta una fragmentació considerable. Aquest aspecte, per l'Special Broadcasting Service és un repte afegit ja que augmenta el grau de complexitat alhora de dirigir-se a la societat. En canvi, l'operador nacional no n'experimenta tanta complexitat, ja que tant el seu contingut com la seva audiència són més homogènies.

L'anàlisi realitzat del contingut demostra que el seu rol com a servei públic multicultural és important, ja que és l'únic que aconsegueix representar un alt contingut multi ètnic i en multiplicitat d'idiomes i dialectes en tot el territori australià. Encara que des de el meu punt de vista falta per fomentar el contingut nacional.

És a dir, fer servir contingut importat té la part positiva d'apropar el que passa a altres països al territori australià, però el fet de promoure contingut variat dins la mateixa comunitat considero que li aportaria encara més qualitat al contingut. Malauradament, és un aspecte que només es du a terme en el suport radiofònic.

Finalment, un aspecte destacable és que l'audiència de l'SBS és força estable. Encara que pugui semblar un repte dirigir-se a col·lectius tant diferents uns dels altres i de diverses generacions, sembla que l'esforç realitzat alhora d'assegurar un contingut equilibrat i imparcial, satisfà la societat australiana.

5. Bibliografia

.id the population experts, (2011). Australia. Language spoken at home. Community profile. < profile.id.com.au/australia/Language >

Australian Broadcasting Corporation. (2015) All about audiences. Annual Report 2015. (2015)

< http://about.abc.net.au/wp-content/uploads/2015/10/2014-15_Annual_Report.pdf>

Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). ACCC Milestones.<<https://www.accc.gov.au/about-us/australian-competition-consumer-commission/about-the-accc/accc-milestones>>

Australian Competition and Consumer Commission, (2014). Annual Report 2013-2014.

<<https://www.accc.gov.au/publications/accc-aer-annual-report/accc-aer-annual-report-2013-14>>

Australian Government, (2014 - 2015). Australian Competitor and Consumer Comission (ACCC). Annual Report 2014-2015. (2015)

< https://www.accc.gov.au/system/files/979_Annual%20Report_2014-15_web_FA_1.pdf>

Australian Government, (2015). Australian Communications and Media Authority (ACMA). Annual Report 2014- 2015.

<http://www.acma.gov.au/~media/mediacomms/Report/pdf/ACMA_AnnualReport2014-15.pdf>

Australian Government. (2015) Department of Infrastructure and Regional Development. Yearbook 2015. Progress in australian regions. (2015).

< regional.gov.au/regional/publications/yearbook/files/2015/Yearbook_2015_Full.pdf>

Australian Government. (2015) Department of Infraestructure and Regional Development. Yearbook, 2015. Progress in Australian Regions.

[http://regional.gov.au/regional/publications/yearbook/files/2015/Yearbook_2015_Full.p
df](http://regional.gov.au/regional/publications/yearbook/files/2015/Yearbook_2015_Full.pdf)

Australian Government. (2014-2015) Australian Bureau of Statistics, Migration, Australia, 2014-15. <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/mf/3412.0/>

Australian Broadcasting Corporation. About the ABC. ABC History.
< <http://about.abc.net.au/who-we-are/abc-history/>>

Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade, 2014.
<http://dfat.gov.au/pages/default.aspx>

Australian Broadcasting Corporation. ABC 80 Years.
<<http://www.abc.net.au/corp/history/80years/>>

Australian Government 1991, Special Broadcasting Corporation Act 1991 Australian Government, Canberra.
https://www.legislation.gov.au/Details/C2014C00736/Html/Text#_Toc402447388

Barabas, M.A. (2014) Multiculturalismo, pluralismo cultural y interculturalidad en el contexto de América Latina: la presencia de los pueblos originarios », *Configurações* [Online], 14 | 2014, URL : <http://configuracoes.revues.org/2219>

Bardoel, J. (2008) Public Broadcasting Systems. The International Encyclopedia of Communication. Donsbach, Wolfgang (Ed). Blackwell Publishing. Blackwell Reference Online.
<http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g978140513199521_ss118-1>

Basic-Hrvatín, S., Thompson, M., Jusić, T. (2008). Divided they fall: public service broadcasting in multi-ethnic states. Sarajevo: Mediacenter.

Bonet, M., Suárez Candel, R., Fernández Quijada, D., & Arboledas, L. (2012). Servei públic i innovació tecnològica.
<https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Servei_public_i_innovacio_tecnologica.pdf>

Corominas, M., (1990). Models de Ràdio als països occidentals: evolució i perspectives. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Centre d'Investigacions de la Comunicació, 1990.

El País. (2003) Castells, M. El poder de la identidad. Versión digital.
http://elpais.com/diario/2003/02/18/opinion/1045522810_850215.html

El País. (2004) Cañas, Gabriela. Las televisiones privadas acusan a las públicas de competencia desleal.
http://elpais.com/diario/2004/03/30/sociedad/1080597610_850215.html

Farrel, S. (2015) The Guardian. Gina Rinehart sells Fairfax Media stake.
<<http://www.theguardian.com/business/2015/feb/06/gina-rinehart-selling-fairfax-media-stake>>

Film Australia Limited (2005). Educational Production Initiative. Australia. From Wireless to Web. < <http://fromwirelesstoweb.com.au/>>

Forbes Media LLC. (2015) Australia's 50 Richest People. The List.
< <http://www.forbes.com/australia-billionaires/list/#tab:overall>>

Georgie McClean. (2012) SBS's multilingual dilemma: global media, "community languages" and cultural citizenship. Global Media Journal, Australian Edition.
<http://www.hca.westernsydney.edu.au/gmjau/archive/v6_2012_1/pdf/georgie%20mcclean_RA_6_1_2012.pdf>

Given, J (2005). Ownership and control of Australia's media. University of Melbourne, Australia. < <http://www.cem.ulaval.ca/pdf/Australie.pdf>>

Goncalves, R. (2013) Special Broadcasting Services News. Factbox: Who owns what in the Australian media. <<http://www.sbs.com.au/news/article/2012/06/22/factbox-who-owns-what-australian-media>>

Hawkins, Gay and Ang, Ien. (2007) Inventing SBS: Televising the Foreign. Australian Television History.
<<https://espace.library.uq.edu.au/view/UQ:229287/HCA12UQ229887.pdf>>

Ien Ang, Jeffrey E. Brand, Greg Noble, and Derek Wilding. (2012) Living Diversity: Australia's Multicultural future.
<http://epublications.bond.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1019&context=hss_pubs>

Jakubowicz, K. (2010): "El futuro de los medios públicos". Infoamérica. Revista Iberoamericana de Comunicación. Madrid: España.
< http://www.infoamerica.org/icr/n03_04/jakubowicz.pdf>

McClellan, G. (2013). Public Value and Audience Engagement with SBS Documentary Content. Go back to where you came from and immigration nation.
<http://www.nordicom.gu.se/en/publikationer/value-public-service-media>

National Film and Sound Archive of Australia (NFSA). (2006) Collection Access. Australia's living archive. Digital Learning. <<http://dl.nfsa.gov.au/module/643/>>

Nikolchev, S. (2007). The Public service broadcasting culture; editor and coordinator. Strasbourg: European Audiovisual Observatory.

Ojer Goñi, T., (2009). La BBC, un model de gestión audiovisual en tiempos de crisis. Sevilla : Euroeditions. 226p.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación , la Ciencia y la Cultura, UNESCO. (2006). Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas.

Special Broadcasting Service, (2010). SBS submission: Indigenous Broadcasting and Media Sector Review.
<<http://arts.gov.au/sites/default/files/pdfs/specialbroadcastingservice.pdf>>

Special Broadcasting Service, (2010-2011). Annual Report 2010-2011.
http://media.sbs.com.au/home/upload_media/site_20_rand_1237101070_sbs_annual_report_2010_11.pdf

Special Broadcasting Service, (2011-2012). Annual Report 2011-2012.
http://media.sbs.com.au/home/upload_media/site_20_rand_602172661_sbs_annual_report_2011_12.pdf

Special Broadcasting Service,(2012-2013) Annual Report 2012-2013.

http://media.sbs.com.au/home/upload_media/site_20_rand_1390152423_sbs_annual_report_2012_13.pdf

Special Broadcasting Service,(2013-2014) Annual Report 2013-2014.

http://media.sbs.com.au/home/upload_media/site_20_rand_88490456_sbs001_sbs_ar2014_webfinal.pdf

Special Broadcasting Service, (2014-2015). Annual Report 2014-2015.

<http://media.sbs.com.au/home/upload_media/site_20_rand_1007358725_sbs_annual_report_2014_15.pdf>

The Australian. (2011) Michael Bodey. Matt Campbell leaves SBS for Shine,

<http://www.theaustralian.com.au/business/media/matt-campbell-leaves-sbs-for-shine/story-e6frg996-1226087897148>

Van Cuilenburg, J., & McQuail, D. (2003). Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación. *European Journal of Communication*, 181-207.

6. ANNEXOS

Encara que només he rebut resposta de dos especialistes, la Fiona Martin i en Terry Flew, vull fer aquesta aportació sobre la metodologia escollida per fer la selecció dels entrevistats.

Metodologia de les entrevistes

Per tal de poder aprofundir en el contingut i dotar el treball de qualitat informativa he escollit 5 personatges rellevants dins el camp de la docència, el periodisme i la investigació per aportar una visió més propera i rigorosa del cas australià.

A més, com que no puc accedir a tot el contingut que s'està oferint, ja que gran part de la informació publicada sobre el cas del servei públic australià no arriba a Espanya, aquesta mostra prèvia que he elaborat resulta essencial per delimitar millor el perfil dels entrevistats.

Mostra

El criteri de selecció dels entrevistats respon als següents requisits:

- Formació acadèmica en l'àmbit de les ciències socials encaminades cap a la branca de les ciències de la informació i el servei públic.
- Experiència en el camp de la investigació i línies de recerca relacionades amb les indústries culturals, l'estructura del sistema audiovisual, el servei públic audiovisual, les polítiques de comunicació o la diplomàcia.
- Aplicació dels coneixements esmentats anteriorment en entorns acadèmics, divulgatius o altres.
- Col·laboradors en institucions de caire públic o dins la indústria cultural.
- Reconeixement acadèmic per la contribució realitzada dins el camp de recerca.

Perfil dels entrevistats

Fiona Martin	fiona.martin@sydney.edu.au
---------------------	----------------------------

Càrrec

Personal docent de la Universitat de Sydney, Departament de Comunicació i Mitjans.

Especialització

Especialitzada en àmbits de recerca com els mitjans de servei públic, el periodisme online, la regulació i l'ètica de la comunicació en xarxa, el periodisme participatiu i els usuaris com a generadors d'informació.

Reconeixement professional

Supervisora del màster de 'Journalism Studies' i del 'Media and Communications'.

Personal docent i coordinadora de treballs de recerca com per exemple:

Indigenous and non-Indigenous collaboration in community broadcasting.

Public service broadcasting in a networked society: the Australian Broadcasting Corporation and the National Broadband Network

Publicacions destacades

Lowe, G., Martin, F. (2014). The Value of Public Service Media: RIPE@2013 Reader. Goteborg, Sweden: Nordicom.

Martin, F. (2008), Digital Dilemmas: The Australian Broadcasting Corporation and Interactive Multimedia Publishing 1992 - 2002.

Dwyer, T., Martin, F. (2010). Updating Diversity of Voice Arguments for Online News Media. Global Media Journal: Australian Edition, 4(1), 1-18.

Martin, F. (2002). Beyond Public Service Broadcasting?: ABC Online and The User/Citizen. Southern Review: communication, politics and culture, 35(1), 42-62.

Càrrec

Professor honorari de la Universitat de Macquarie. Doctorat en dret per la Universitat de Melbourne. Graduat en Història de l'Àsia Pacífic i Comunicació Televisiva.

Especialització

Investigador en 'Media development and legal policy' focalitzat en el territori de l'Àsia Pacífic.

Reconeixement professional

Director Internacional de l'Australian Broadcasting Corporation des de 2007 fins al 2012.

Personal del comitè assessor de l'associació sens ànim de lucre Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU) durant sis anys.

Reconeixement de la Commonwealth Broadcasting Association per la seva contribució cap al servei públic de radiodifusió.

Col·labora amb la Universitat de Macquaire en el camp de la comunicació i en la Universitat de la Tecnologia per la branca de dret.

Publicacions més destacades

Green, M., (2014). 'I Spy': Intelligence, National Secrets And The Accountability Of Public Broadcasters. Ripeat.org

Green, M. (2013). The Great disturber: the impact of convergence on media regulation. Conference paper. 16 page(s). Asian Media Information and Communication Centre Conference (22nd : 2013).

Càrrec

Investigador docent i professor de Periodisme, Mitjans i Comunicació a la Universitat Tecnològica de Queensland.

Especialització

Estudis culturals, escriptura professional i periodística. PhD en Sociologia per la Universitat de Glasgow.

Reconeixement professional

Beca d'investigació del govern. Australian Research Council, 2013-15 for Politics, Media and Democracy in Australia: public and producer perceptions of the political public sphere (Principal Investigator).

Publicacions més destacades

McNair, B., (2000) Journalism and democracy: An Evaluation of the Political Public Sphere, London Routledge.

McNair, B., (2006) Cultural chaos: journalism and power in a globalised world. New York, Routledge.

Mc Nair, B., (2015) ABC, BBC and the future of public service media. Queensland University of Technology.

McNair, Brian (2012) Public service versus private interest : a comparative analysis of the Australian and British debates. *Proceedings of the 6th RIPE Conference : Value for Public Money – Money for Public Value (RIPE@2012)*, University of Tampere, University of Sydney, Sydney, pp. 1-14.

Adam Swift

a.swift@qut.edu.au

Càrrec

Investigador del Centre d'Excel·lència ARC d'Indústries Creatives i d'Innovació de la Universitat Tecnològica de Queensland.

Especialització

Línies d'investigació especialitzades en les polítiques de comunicació australianes i l'esfera pública.

Reconeixement professional

Projectes de recerca que involucren tendències socials i de polítiques en relació a escenaris de mitjans convergents.

Publicacions més destacades

McNair, B., and Swift, A., (2014) What would the Australian media look like without the ABC? . Queensland Univeristy of Technology.

McNair, B., and Swift, A. (2014) Is this the beginning of the end of the ABC as we know it? Queensland Univeristy of Technology.

Terry Flew

t.flew@qut.edu.au

Càrrec

Professor de Mitjans i Comunicació en la Facultat de Indústries creatives de la Universitat Tecnològica de Queensland.

Especialització

Coordinador principal de recerca en col·laboració amb el Digital Media Research Centre, el qual està especialitzat en Indústries de mitjans digitals, economia i regulació.

Reconeixement professional

Actual cap de la Divisió 'Global Communications and Social Change' de l'ICA.

Membre del comitè executiu de la Associació Internacional de les Comunicacions (International Communications Association, ICA), en representació d'Oceania i Àfrica, 2012-14.

Va ser membre del Australian Research Council Collage of Experts for the Humanities and Creative Arts (HCA) al 2013.

Publicacions més destacades

Flew, T. (2007) Understanding Global Media, Palgrave.

Flew, T. (2012). The Creative Industries, Culture and Policy. Sage Journals.

Model d'entrevista

Sobre els mitjans de servei públic:

1. Podria definir breument el model de mitjans de servei públic australià?
2. Penses que els mitjans de servei públic australians, en especial la corporació SBS, han fet front al nou escenari tecnològic de la millor manera?
3. Creu que la SBS aconsegueix integrar la societat plural australiana?
4. Considera que el servei ofert per la SBS aporta un valor afegit als ciutadans australians?
5. Pensa que els mitjans de servei públic australians perillen?
6. Quines estratègies són necessàries per fer front als reptes de futur?

Entrevista a Fiona Martin

1. Could you give a brief definition of the Australian Public Service Media model?

What sort of model so you mean? Economic? Political? Are you using a particular theoretical approach? As UNESCO and tohers note there is no one single model of PSB <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001415/141584e.pdf>

Both Australia's PSBs – the Australian Broadcasting Corporation and the SBS - could be called Reithian broadcasters. Both are largely funded by direct government grants, although the SBS secures around 26% of its revenue from advertising, sponsorship, subscription and sales while the ABC is primarily state funded. So the SBS is a hybrid state/commercial funded economic model. In Hallen & Mancini's terms it is

2. Do you consider that the Australian Public Service Media, in special the Special Broadcasting Service, is facing the technological scenario on the best way?

What do you mean by the best way?

The SBS is relatively agile and innovative, given its small budget. This is due to the commercial imperative to keep up with market innovation and the small size of the company which enables innovations to diffuse quickly through the organisation. It has been an early adopter of mobile technologies, and was the first Australian broadcaster to publicly launch a company-wide responsive design strategy for its online delivery and the first to launch. However it is broadly conservative in its overall technological investment strategy due to its financial constraints outsources much of its app development and has little potential to do technological research and development.

3. From your point of view, has the SBS enable a cohesive plural society in Australia? Yes. Rather than enabling it, it supports and advocates for a multicultural society.

4. To have a unique and multicultural broadcaster, such as the Special Broadcasting Service, is an extra value for the Australian citizen?

Yes. See attached paper and chapter by Georgie McLean from the RIPE reader no 6.

5. Do you think the Australian Public Service Media is at risk?

Yes. Conservative 'liberal' governments in particular are constantly attacking the rationale for having state funded broadcasting (see attached Lewis report).

6. What would you consider to be the most useful strategies to overcome the future challenges?

I do not really understand this question, as I'm not sure what your theoretical framework is, and what challenges you are referring to. If governments could be persuaded to continue adequate funding for our existing PSBs that would be a good start. They should not be selling off public broadcast spectrum to private operators either. Forcing PSBs online would increase their operating costs and increase the access costs for citizens. See my attached proof paper for ICG.

One of the greatest dilemmas for the SBS's in terms of technological development is prioritising which channels and platforms it will devote its resources to. Another is being able to afford and recruit staff with digital design, development, analytics and engagement skills.

SBS is a small broadcaster, with a correspondingly small budget and there are ongoing discussions in conservative circles, but also interest from the ABC's former manager Mark Scott, about merging SBS with the ABC. This would be a disaster in my opinion, as the ABC is quite culturally homogenous and far less innovative in its approach to covering issues of cultural diversity, multiculturalism, globalisation, internationalisation and regional politics. It's programming is more cosmopolitan and innovative, and its commissioning strategy more daring and community oriented.

Entrevista a Terry Flew

1. Could you give a brief definition of the Australian Public Service Media model?

There are two main national broadcasters: the Australian Broadcasting Corporation (modeled on the BBC) and the Special Broadcasting Service. Both operate across radio, television and online.

2. Do you consider that the Australian Public Service Media, in special the Special Broadcasting Service, is facing the technological scenario on the best way?

Both ABC and SBS have been very proactive in responding to the challenge of online services. But SBS has a very limited budget for online activities.

3. From your point of view, has the SBS enable a cohesive plural society in Australia?

It has assisted. One criticism of SBS has been that it tends to favour European languages, and to have had less focus on more recent arrivals from Asia, Africa and the Middle East. Another has been whether its programming strategies have been too populist e.g. it used to be the channel that broadcast Top Gear in Australia.

4. To have a unique and multicultural broadcaster, such as the Special Broadcasting Service, is an extra value for the Australian citizen?

Yes. Its news service is particularly popular. But audiences for free-to-air television are declining across all services as media consumption migrates to online.

5. Do you think the Australian Public Service Media is at risk?

Depends upon what “at risk” means. SBS is partly advertiser funded. There is a policy debate about whether to merge ABC and SBS.

6. What would you consider to be the most useful strategies to overcome the future challenges?

If I knew that, I would be running a network.

Cronologia del personal i estructura organitzacional (Punt 3.4.1)

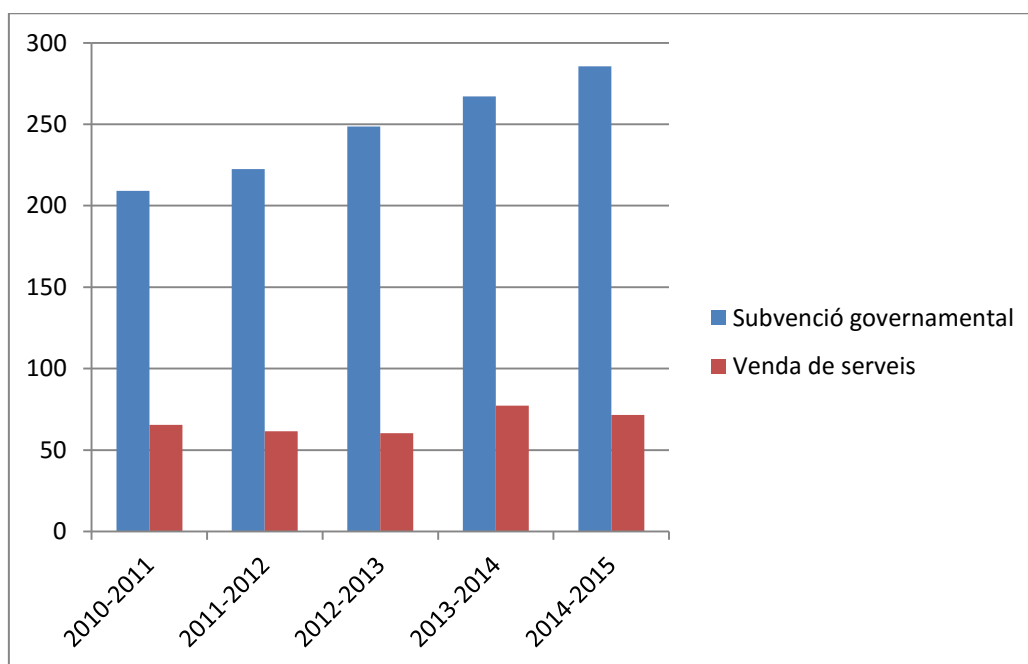
		2010- 2011	2011- 2012	2012- 2013	2013- 2014	2014- 2015
		Labor Party	Labor Party	Liberal Party	Liberal Party	Liberal Party
GOVERN	Govern federal	Julia Gillard	Julia Gillard	Tony Abbott	Tony Abbott	Malcom Turnbull
	Ministre d'Arts i Comunicació	Stephen Conroy	Stephen Conroy	Malcom Turnbull	Malcom Turnbull	Malcom Turnbull
SBS	Director executiu	Shaun Brown	Michael Ebeid	Michael Ebeid	Michael Ebeid	Michael Ebeid
	Director de Televisió i Online	Matt Campbell	Tony Iffland / Marshall Heald	Tony Iffland	Tony Iffland	Marshall Heald
	Director d'Àudio i Contingut del Llenguatge	Dirk Anthony	Mandi Wicks	Mandi Wicks	Mandi Wicks	Mandi Wicks
	Director de Notícies i Fets d'Actualitat	Paul Cutler	Paul Cutler	Paul Cutler	Jim Carrol	Jim Carrol
	Director Corporatiu	Bruce Meagher	Peter Khalil	Peter Khalil	Peter Khalil	Peter Kahlil

Taula finançament (Punt 3.4.2)

	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Subvenció governamental	209,013	222,472	248,554	267,005	285,589
Venda de serveis*	65,4	61,5	60,359	77,147	71,442
Total**:	\$274,413 milions	\$283,972 milions	\$308,913 milions	\$344,152 milions	\$357,031 milions

* sobretot d'espais publicitaris i subscripcions.

** dades representades en milions de dòlars australians.



Procedència del contingut

Televisió		2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
SBS ONE 24h	Importat	75%	71%	76%	75%	77%
	Local	25%	29%	24%	25%	23%
SBS ONE 6pm-24pm	Importat	57%	53%	58%	53%	52%
	Local	43%	47%	42%	47%	48%
SBS TWO 24h	Importat	88%	87%	89%	85%	90%
	Local	12%	13%	11%	15%	10%
SBS TWO 6pm-24pm	Importat	85%	83%	87%	75%	90%
	Local	15%	17%	13%	25%	10%

